ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA: INGENIERÍA DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyecto de investigación

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA DE EMPRESAS

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE CACAO EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA NUEVO URDANETA (ASOPRONUR), DEL CANTÓN URDANETA, PROVINCIA DE LOS RÍOS.

AUTORAS:

FUERTES MORENO YURI VIVIANA

JANETA MOROCHO NOEMY ALEXANDRA

RIOBAMBA – ECUADOR

2019

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por las Srtas. Yuri Viviana Fuertes Moreno y Noemy Alexandra Janeta Morocho, quienes han cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido se autoriza su presentación

Ing. José Fernando López Aguirre
DIRECTOR TRIBUNAL

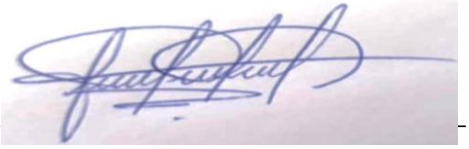
Ing. José Luis López Salazar
MIEMBRO TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras, Yuri Viviana Fuertes Moreno y Noemy Alexandra Janeta Morocho, declaramos que el presente trabajo de titulación es de nuestra autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autoras, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 21 de Mayo de 2019



Yuri Viviana Fuertes Moreno

C.C: 2300666936

Noemy Alexandra Janeta Morocho

C.C: 0605099621

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos. Ha sido un orgullo y privilegio ser su hija, son los mejores padres.

A nuestros hermanas (os) por estar siempre presentes, acompañándonos y por el apoyo moral, que nos brindaron a lo largo de esta etapa de nuestras vidas.

A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Yuri Viviana Fuertes Moreno

La presente tesis lo dedico en primer lugar a Dios por darme sabiduría y estar conmigo en todo momento como dice en Salmos 121;8, Jehová guardara mi salida y mi entrada desde ahora y para siempre. A mi madre María por darme la vida y estar conmigo en las buenas y en las malas ya que si no fuera por ella no estaría cumpliendo uno de mis objetivos propuestos y a mi familia que de una u otra forma han estado pendientes de mí.

Noemy Alexandra Janeta Morocho

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por bendecirnos la vida, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a mis padres: Rosario Moreno López y Hipólito Fuertes Chulde, por ser los principales promotores de nuestros sueños, por confiar y creer en nuestras expectativas, por los consejos, valores y principios que nos han inculcado.

Agradecemos a nuestros docentes de la Escuela de Administración de Empresas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra profesión, de manera especial, a nuestros tutores de tesis Ing. José Fernando López e Ing. José Luis López quien ha guiado con su paciencia, y su rectitud como docente, y a los socios de ASOPRONUR por su valioso aporte para nuestra investigación.

Yuri Viviana Fuertes Moreno

Agradezco principalmente a Dios quien ha estado guiando y cuidando mí camino como a la niña de sus ojos.

A mi madre María y a mi familia por estar conmigo en las buenas, en las malas y aconsejándome en momentos de pruebas y en momentos de bendición.

A nuestros tutores de tesis Ing. José Fernando López e Ing. José Luis López quienes estuvieron guiando para culminar nuestra carrera universitaria.

Noemy Alexandra Janeta Morocho

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

ÍNDICE DE ANEXOS

RESUMEN

El desarrollo del plan de negocios para la Asociación de Producción Agrícola Nuevo Urdaneta (ASOPRONUR) tiene como finalidad la construcción de un centro de acopio para el almacenamiento de cacao logrando crecimiento y posicionamiento de la entidad. La metodología utilizada se basó en la realización de encuestas aplicadas a todos los socios de esta institución, además de la elaboración de la matriz FODA que permitió conocer la situación actual de la organización. Se determinó que se necesita contar con una infraestructura innovadora para que contribuya a mejorar la calidad de vida de los productores de la zona, también se comprobó que existe una carencia de procesos y procedimientos eficaces y eficientes por ende no permiten canalizar la producción y comercialización. Además no cuentan con una publicidad adecuada para ser reconocido a nivel nacional. La propuesta se basa en crear un centro de acopio acompañado de un programa de capacitación, así la implementación de esta alternativa permitirá aplicar una adecuada administración, la inserción social de las personas que asisten a este lugar y contar con una fuente de ingresos económicos para las familias a través de la comercialización. En el diseño del plan de negocios se desarrolló: el estudio de Marketing donde se realizó la segmentación de mercado y el desarrollo del Marketing Mix. En el estudio técnico se realizó el flujograma de producción. La evaluación financiera arrojó proyecciones a través de indicadores económicos con un Valor Actual Neto (VAN) de $625.663,85; un Tasa Interna de Retorno (TIR) de 20,3% y un período de recuperación de 4 años, 2 meses. Por lo tanto, se recomienda a la directiva de la Asociación llevar a la práctica el presente plan de negocios por que sus resultados demuestran que es factible.

Palabras Claves: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS> <PLAN DE NEGOCIOS> <MARKETING> <MERCADEO> <EVALUACIÓN FINANCIERA> <URDANETA (CANTÓN)>.

Ing. José Fernando López Aguirre

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

ABSTRACT

The development of the business plan for the Nuevo Urdaneta Agricultural Production Association (ASOPRONUR) is intended to the construction of a collection center for the storage of cocoa achieving growth and positioning of the entity. The methodology used was based on the carrying out of surveys applied to all the partners of this institution, in addition to the elaboration of the FODA matrix that allowed to know the current situation of the organization. It was determined that it is necessary to have an innovative infrastructure to contribute to improve the quality of life of the producers in the area, it was also verify that there is a lack of effective and efficient processes and procedures thus do not allow to canalize production and marketing. Furthermore do not have adequate publicity to be recognized at the national level. The proposal is based on create a collection center accompanied by a training program, so the implementation of this alternative will allow to apply an adequate administration, the social insertion of the people who attend this place and count a source of Economic income for families through marketing. In the design of the business plan is developed; the Marketing study where market segmentation was conducted and the development of Marketing Mix. In the technical study the production flow chart was performed. The financial evaluation threw projections through economic indicators with a Net Actual Value (NAV) of $625,663.85; an Internal Rate of Return (IRR) of 20, 3% and a recovery period of 4 years, 2 months. Therefore, the Association directive is recommended to carry out this business plan because its results show that it is feasible.

KEYWORDS: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES >, <BUSINESS PLAN >, <MARKETING >, <MARKETING>, FINANCIAL EVALUATION >, < URDANETA (CANTON) >

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación se enfoca en el plan de negocios para la creación de un centro de acopio de cacao en la Asociación de Producción Agrícola Nuevo URDANETA (ASOPRONUR), del cantón Urdaneta, provincia de los Ríos., y así poder determinar si están establecidos los proceso adecuados y aplicar estrategias de comercialización de forma correcta dentro de la gestión administrativa.

El presente trabajo de titulación consta de 4 capítulos en los cuales a continuación se detalla brevemente.

CAPÍTULO I: Este capítulo hace referencia a la problemática que atraviesa la asociación, así como el estudio de los procesos dentro de la entidad, la justificación la cual es la razón por la cual se está realizando el trabajo investigativo. Además, constan los objetivos generales y específicos, que son los fines que se desea cumplir al finalizar el trabajo.

CAPÍTULO II: En este capítulo se cita conceptos teóricos según varios autores entendidos en la materia que es el plan de negocios y conceptos relacionados con el mismo.

CAPÍTULO III: Este capítulo hace mención a la metodología que se utilizó en el desarrollo de investigación, así como el levantamiento de información de cómo se manejan los procesos administrativos. También se realizó una matriz FODA, la cual sirve para poder realizar medidas correctivas haciendo relación las debilidades con las fortalezas y las amenazas con las oportunidades.

CAPÍTULO IV: Sin lugar a duda este capítulo es el más importante ya que aquí se plasma la propuesta para el mejoramiento de los procesos dentro de la asociación planteando una guía de plan de negocios mediante la aplicación de marketing mix para que se ponga en marcha e incrementar los ingresos de dicha institución.

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A nivel nacional en los últimos tres años el sector del cacao ha bajado sus exportaciones, porque los cultivos no se han nutrido correctamente debido a la baja economía existente, y a consecuencia de ello la producción bajaría unas 50.000 toneladas, lo que en dinero significa unos 100 millones de dólares. A partir del 2016 empezó a caer en un 7,7 % y en el 2017, en un 8,1 %, según las estadísticas del Banco Central del Ecuador (BCE). El precio de un saco de cacao se vende ahora entre $ 70 y $ 80 cuando antes del 2016 era de más de $ 130 bajando en un 45 %, también por causa de los bajos precios internacionales, originados por la sobreproducción en Costa de Marfil y Ghana por ello no es manejable. Por lo tanto, el productor tiene menos dinero que es lo que más afecta ahora e impide nutrir la planta y prever las plagas.

Se estima que una hectárea produce una tonelada al año, esto es unos 2.000 dólares y para mantenerla se requiere mínimo $ 500. Por lo que es imprescindible que el gobierno tome cartas en el asunto de tal manera que de soluciones.

Por otro lado el calentamiento global que induce los cambios climáticos es un riesgo en las regiones que afectan la agricultura en la siembra y cosecha lo que pone en peligro la vegetación y la fauna, avivando un mayor desequilibrio en la producción de alimentos entre las regiones porque puede sufrir pasmazón por motivos fisiológicos y/o nutricionales o por enfermedades como la moniliasis y la escoba de bruja, esto afectara a la calidad del cacao.

La intervención del gobierno debe ser urgente, porque un 90 % de los productores son pequeños y son sensibles de verse afectados por plagas en la época del invierno, en el sector del cacao trabajan alrededor de 500.000 personas convirtiéndolo al productor que ocupa el tercer lugar de las exportaciones no petroleras tradicionales; en el 2017 generó $ 689 millones (Zambrano, 2018).

En la actualidad existen tierras que producen gran cantidad de cacao y los pequeños productores de la zona buscan desarrollar un negocio sostenible y rentable en el tiempo por ende se dio la creación de una ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA NUEVO URDANETA (ASOPRONUR), que nace el 25 de noviembre del 2015 en el Cantón Urdaneta de la Provincia de Los Ríos, de acuerdo con los principios de la Ley Orgánica de Economía Social y Solidaria, reúne a 107 productores del Recinto Potosí y sectores aledaños, con el fin de producir y comercializar productos agrícolas, principalmente cacao en bruto en pro de un comercio justo y sostenible, satisfaciendo las necesidades, mejorando la calidad de vida, en paz y armonía con la naturaleza buscando así el cumplimiento al Plan Nacional del Buen Vivir en el marco del cambio de la matriz productiva.

Las necesidades a los que se afrontan los socios de ASOPRONUR son las distancias entre el pequeño agricultor y el traslado de los productos a los centros poblados, su comercialización es directamente a empresas tercerizadoras de exportación y empresas dedicadas a la transformación de la semilla de cacao, resulta menos rentable para los pequeños agricultores razón por la cual se convierte en un escenario difícil para la producción. Esta asociación no cuenta con un centro de acopio donde pueda seguir el proceso de secado del cacao y el almacenamiento del mismo, que cuente con una estructura innovadora, donde les facilite la distribución y comercialización del cacao.

1.1.1 *Formulación del problema*

¿Cómo la formulación del Plan de Negocios para la creación de un Centro de Acopio de Cacao mejorará la rentabilidad y la producción en la ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA NUEVO URDANETA (ASOPRONUR), del cantón Urdaneta, Provincia de los Ríos?

1.1.2 *Sistematización del problema*

¿Cómo se sustentará teóricamente el Plan de Negocios?

¿Qué herramientas de recolección de datos contribuirán a realizar un adecuado Plan de Negocios?

¿Cuáles son los parámetros específicos que contener un adecuado Plan de Negocios?

1.1.3 *Delimitación del problema*

- **CONTENIDO:**
  - **Campo: Economía Popular y Solidaria**
  - **Área: Administrativa y Económica**
  - **Aspecto: Plan de Negocios**
- **ESPACIAL:**
  - **Provincia: Los Ríos**
  - **Cantón: Urdaneta**
  - **Dirección: Parroquia Ricaurte a 10 cuadras de la iglesia San Pedro de Ricaurte**
- **TEMPORAL:**
  - **Año: 2018**

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 *Objetivo General:*

Diseñar un plan de negocios para la creación de un centro de acopio de cacao en la Asociación de Producción Agrícola Nuevo Urdaneta (ASOPRONUR), del cantón Urdaneta, Provincia de los Ríos.

1.2.2 *Objetivos Específicos:*

- Elaborar el diagnóstico de la Asociación de Producción Agrícola Nuevo Urdaneta (ASOPRONUR), con la utilización de la matriz FODA, para conocer los factores que envuelve a la asociación.
- Investigar las tendencias del mercado de cacao y el volumen de producción en la asociación ASOPRONUR, levantando encuestas, para contar con información actualizada.
- Determinar la factibilidad mediante un estudio técnico y económico-financiero del plan de negocios propuesto para saber cuan rentable es el proyecto.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 *Justificación Teórica*

El cacao posee un conjunto de componentes, diurético, anti-hemorrágico y parasiticida además de ser un remedio casero para alopecia (calvicie), quemaduras, tos, labios resecos, ojos irritados, fiebre, malaria, nefrosis, depresión anímica, dolores durante el embarazo y el parto, reumatismo, mordeduras de culebras, heridas en general (Duke & Wain, 1981), todas sus bondades hacen que se genere un alto volumen de demanda que ha convertido a este producto en uno de los 3 productos de mayor exportación del Ecuador.

El proyecto pretende cumplir el Objetivo del Milenio 8: Trabajo decente y crecimiento económico buscando generar fuentes de empleo decente pleno y productivo para todos mediante la recuperación de la producción, lo que contribuye a la erradicación de la pobreza, es derecho de todos compartir el progreso, la creación de empleos de calidad siguen constituyendo un desafío para todas las economías. Aportando a dinamizar al mercado laboral. Por lo que se vuelve necesario facilitar la organización de los productores, brindar el apoyo técnico para la producción agrícola y otorgar oportunidad de realizar convenios con empresas nacionales para la comercialización de la semilla de cacao en miras de que esta sea fuente generadora de empleos y aporte al cambio de la matriz productiva (Naciones Unidas, 2015).

El cacao ecuatoriano representa un 5% de la producción mundial. Ecuador, por sus condiciones geográficas y su riqueza en recursos biológicos, es el productor por excelencia de cacao por ende la Asociación de Producción Agrícola Nuevo Urdaneta busca generar fuentes de trabajo a personas que viven en la zona mediante un centro de acopio de cacao ya que los granos o almendras se encuentran dentro de la mazorca del cacao y constituyen la materia prima para la elaboración de todo tipo de chocolates y este debe ser descascarillado para su comercialización.

1.3.2 *Justificación Metodológica*

Al realizar un plan de negocios es imprescindible tomar en cuenta la metodología con la que se va a trabajar y los instrumentos que adoptaremos para realizar un estudio de mercado pues este permite medir el impacto que tendrá nuestra idea y los recursos que necesitaremos para poder contrarrestar el efecto adverso de la competencia existente también servirá para probar la rentabilidad de este proyecto, su sensibilidad al riesgo y cuan perdurable es en el tiempo, es parte de la razón por la cual necesitaremos un estudio de factibilidad.

Para poder elaborar un plan de negocios que sea beneficioso para la asociación es necesario conocer cuál es su situación actual, para identificar cuáles son las debilidades que esta posee a fin de mejorar o reestructurar la misma y ajustarla a nuestra propuesta por ello es imprescindible mediante la utilización de instrumentos de investigación como la encuesta para recolectar datos.

La misma está dirigido a los miembros de ASOPRONUR que contenga todas las interrogantes necesarias que puedan contribuir al desarrollo del proyecto.

1.3.3 *Justificación Práctica*

La presente investigación es importante, ya que permite demostrar de manera eficiente las ventajas de contar con un país de tierras fértiles, aptas para la producción agrícola de cacao. Por tanto, se puede implementar un plan de negocios que ayude en la creación de un centro de acopio para los productores organizados en ASOPRONUR.

Este tipo de trabajos permite demostrar la formación y conocimientos adquiridos y plasmarlos en proyectos que aporten a dar nuevas soluciones a la problemática económica que actualmente afronta nuestro país de tal modo que nos fortalezcamos de capacidades y habilidades que nos permitan ser profesionales útiles para la sociedad.

A través del plan de negocios se busca implementar un centro de acopio para poder almacenar y comercializarlo a empresas exportadoras y transformadoras de la semilla de cacao, por lo cual se beneficiarán de forma directa los productores de cacao de

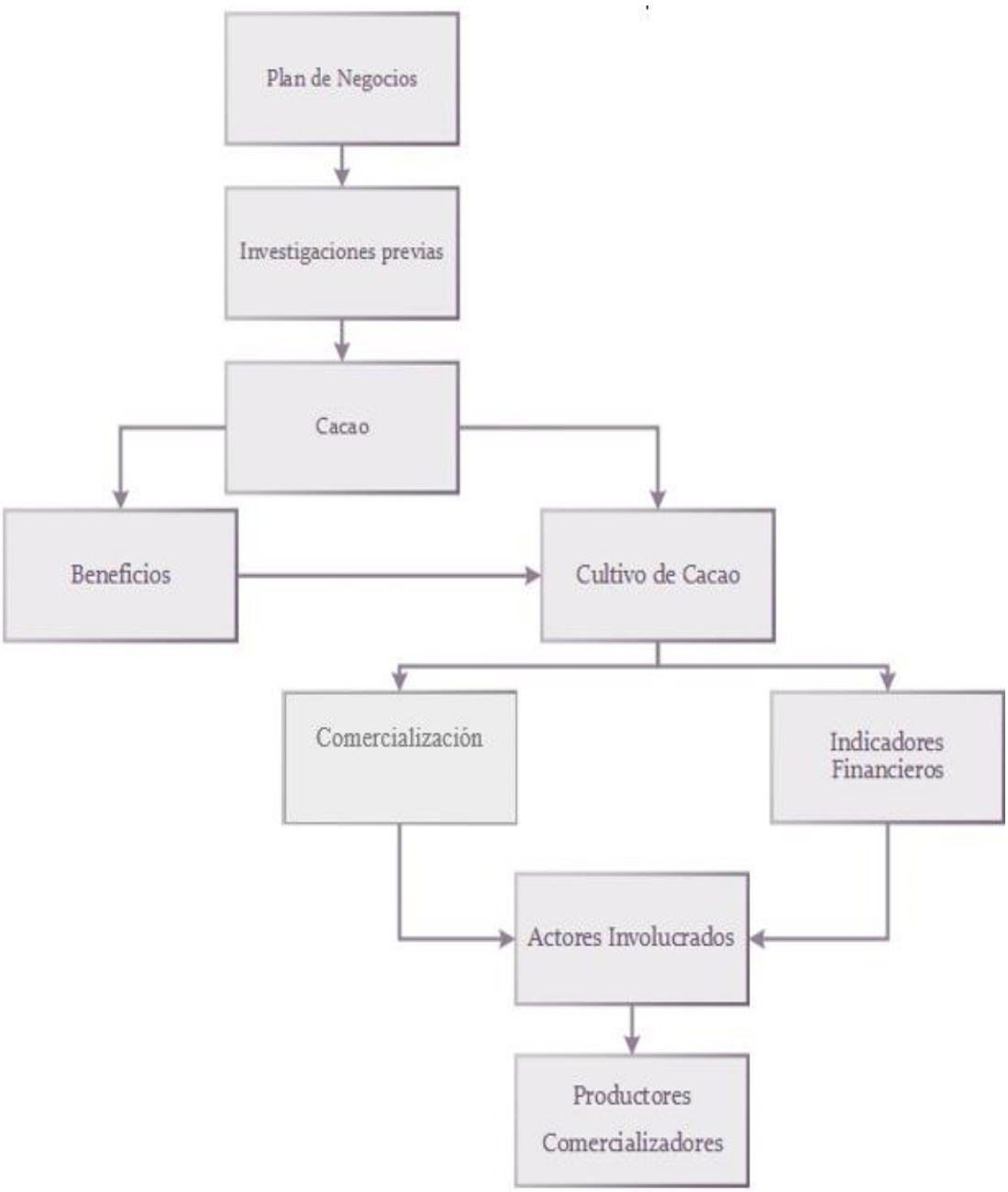
ASOPRONUR; también se mejora la calidad de vida del núcleo familiar e indirectamente el cantón en general frenando la migración.

La importancia de un plan negocios radica en la función de la fijación de estrategias, objetivos y funciones, así como políticas en los planes de largo y mediano plazo. Además, permite planificar, organizar, coordinar, llevar registro y control, así como evaluar éxitos, fallos y riesgos de la asociación.

Al diseñar el Plan de Negocios para la Asociación de Producción Agrícola Nuevo Urdaneta permitirá buscar financiamiento para el centro de acopio en la CFN y otras instituciones financieras gubernamentales y no gubernamentales, tomando decisiones adecuadas para su organización.

CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA

Gráfico 1-1: Hilo Conductor



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

2.1 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

2.1.1 *Macro*

Título: Plan de Negocio Para la Implementación de una Unidad Productiva y de beneficio de Cacao en el poblado de Nuevo Siasme, Provincia de Condorcanqui, Amazonas - Perú

Universidad/Institución/ Editorial: Universidad de Piura

Autor(es): Sandy Marianela Ríos Núñez**,** Francisco José Vizquerra Fletcher

Año: 2016

Resumen del Documento:

Se espera que en los próximos 10 años la demanda de cacao crezca a un ritmo aproximado de 5%. A la par se ha desacelerado el crecimiento de la producción de los países líderes en volumen de cacao, generado alerta en consumidores de cacao del mundo actualmente exista una demanda insatisfecha de (100,000 TM), enfocado la mirada hacia Latino América, donde el cacao crece en su habitad natural y donde los costos de producción son bastante competitivos. Para asegurar el éxito del presente plan de negocios, se determinaron varios Factores como la proporción de ventas de cacao fino de aroma que sea 10% el primer año, 15% el segundo año, 30% el tercer año y 50% del cuarto al décimo año, que el precio de cacao en baba, sea de S/.4, para el fino de aroma y de S/. 3.00 para el ordinario, y que se lleve a cabo la implementación y explotación de 20 hectáreas de cacao fino de aroma en sistema agroforestal,

Resultados: La viabilidad del proyecto Considerando Liquidar el Negocio en 10 años tiene un VAN de $ 400, nuestro TIR es de 51%, ROS Ponderado en 10 años de 9% y un costo de capital promedio de 25% anual (Ríos Núñez & Vizquerra Fletcher, 2016).

2.1.2 *Meso*

Título: Plan de Negocio para la creación de un Centro de Acopio de Cacao y Maíz en el Sitio la Victoria de la Parroquia Boyacá Cantón Chone Provincia De Manabí

Universidad/Institución/ Editorial: Universidad de las Américas

Autor(es): Freddy Gonzalo Saldarriaga Vélez

Año: 2017

Resumen del Documento:

La gran demanda de cacao ecuatoriano y los esfuerzos del Estado por dar un mayor empuje a los productores, llevando al país a ser uno de los mayores productores y exportadores de cacao de fino aroma llamado Nacional; y el CCN-51, a nivel mundial el consumo es de tendencia creciente. Al igual que el cacao, la producción de maíz ha recibido en la actualidad se produce 5,20 toneladas. Manabí es la tercera productora nacional tanto de cacao CCN-51 y de esta gramiña, para asegurar la calidad su exportación la zona de La Victoria requiere un centro acopio ubicado comunidad que contara con 1115 grupos familiares de los cuales 240 se dedican a la producción de cacao y 45 a la producción de maíz. El mercado objetivo del cacao son los productores de semielaborados y exportadores que llevan el 90% de la producción al exterior.

Resultados: La viabilidad del proyecto tiene un VAN de $181.878,90, una TIR de 33,73%. Los índices de (ROE), de Activos (ROA) y de Inversión (ROI) con valores positivos de: 15,68%, 10,49% y 11,02% indican la rentabilidad. (Sladarriaga, 2017).

2.1.3 *Micro*

Título: “Proyecto de Factibilidad de un Centro de acopio de Cacao seco y Cacao en baba, en el Cantón Quinsaloma de la Provincia de Los Ríos”

Universidad/Institución/ Editorial: Universidad de Guayaquil

Autor(es): Bosquez Rodríguez Irma Ofelia, Jara Vera Grace Pamela, Villacreses Romero José Vidal

Año: 2013

Resumen del Documento:

El Cantón Quinsaloma, de la Provincia de Los Ríos, cuenta aproximadamente con una población de 16.476 habitantes de los cuales un 75% son productores de cacao, las personas que se dedican al cultivo de cacao, carecen de conocimientos especializados para mejorar la productividad, las carreteras son pésimas, por otro lado el proceso de secado del cacao es uno de sus mayores problemas porque no cuentan con un espacio físico, volviéndose imprescindible la creación de un Centro de Acopio comercializador de cacao (Bosquez Rodríguez, Jara Vera, & Villacreses Romero, 2013).

Resultados: Nuestro TIR es de 37,87% por lo que el proyecto es rentable para el inversionista. Un VAN positivo de 153.452,05 y un beneficio costo deseable para el inversionista dándonos como resultado 1.61.

2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1 *Bases Teóricas*

2.2.1.1 *Cacao*

Un grano de cacao es la semilla fermentada y secada del Theobroma cacao, del cual se extraen los sólidos y la manteca de cacao. Sus granos son la esencia del chocolate, además de diversas comidas Mesoamericanas como la salsa de mole y el tejate. Fruto del cacao, sección transversal (Lizano Chumacero, 2016).

a) Beneficios del cacao

El cacao, es conocido por ser antiséptico, diurético, anti-hemorrágico y parasiticida, además de ser un remedio casero para alopecia (calvicie), quemaduras, tos, labios

resecos, ojos irritados, fiebre, malaria, nefrosis, depresión anímica, dolores durante el embarazo y el parto, reumatismo, mordeduras de culebras, heridas en general (Duke & Wain, 1981). Varios extractos de la plantas y compuestos activos han sido reconocidos como inhibidores del crecimiento del (VIH), para el tratamiento de hemorroides estrías, arrugas y resequedad labial se usa la manteca de cacao.

Los extractos de cacao pueden ser utilizados contra bacterias y hongos, la teofilina es un potente estimulante cardiovascular y del sistema nervioso central, con propiedades diuréticas y relajantes de los músculos bronquiales, utilizada en la prevención y tratamiento de la apnea en infantes prematuros (Kalvatchev, Garzaro, & Guerra Cedezo, 1998).

b) Producto emblemático del Ecuador

El cacao fino y de aroma posee características de aroma y sabor que son buscadas por los productores de chocolate. El cacao de Ecuador representa el 5% de la producción mundial, la condición geográfica y riqueza en recursos biológicos que posee nuestro país son la principal fortaleza para que se genere una producción de calidad convirtiéndose en un producto por excelencia de cacao fino y de aroma cuyo sabor ha sido reconocido durante siglos en el mercado internacional, siendo utilizado en todos los chocolates refinados. El chocolate fino se distingue por su pureza, específicamente, el sabor y fragancia que proviene del cacao, es promovido por Anecacao.

En cuanto a la exportación ecuatoriana se estima que un 75% del total producido es cacao fino de aroma y su restante 25% es de otras variedades como el CCN51, en este campo Ecuador es el país más competitivo de América Latina, seguido por Venezuela, Panamá y México, que son países que paulatinamente han incrementado su participación (Asociación Nacional de Exportadores de Cacao - Ecuador, 2015).

c) Historia del Cacao

El punto de origen de la domesticación del cacao tradicionalmente se encontraba en Mesoamérica entre México, Guatemala y Honduras, donde su uso está atestiguado alrededor de 2,000 años antes de Cristo. Aunque recientes estudios han demostrado que

por lo menos una variedad de Theobroma Cacao tiene su origen en la Alta Amazonía siendo utilizado en la región por más de 5,000 años.

Ecuador posee cultura de cacao una antigua, pues desde la llegada de los españoles en la costa del pacífico, ya se observaban grandes árboles de cacao demostrando el conocimiento y la utilización de esta especie en la región, la llegada de enfermedades severas hace aproximadamente 100 años provoco la introducción masiva de cacao extranjero.

Tras varios estudios se llegó a encontrar el origen de la variedad del cacao de mejor calidad llamado nacional en la región oriental de Zamora Chinchipe que resulta ser el centro de origen de la domesticación probable de esta variedad.

Cristóbal Colón durante su cuarto viaje fue el primer europeo en descubrir los granos de cacao al llegar a lo que hoy es Nicaragua.

Las culturas Toltecas, Mayas y Aztecas ya cultivaban el cacao hace más de un milenio antes del descubrimiento de América usándolo como moneda y para preparar una deliciosa bebida llamada XOCOLAT, como manifestaba Hernán Cortés, cuando Moctezuma II ofrecía banquetes en su honor, misma que tardó casi un siglo en ser introducido en Europa por su sabor amargo.

El negocio del cacao dominado por España fue rentable a mediados del siglo XVI, potenciando su cultivo donde hoy es la costa ecuatoriana, surgiendo pequeñas siembras a las orillas del río Guayas, por la calidad y aroma floral típico que presentaba este grano poseía desde entonces una fama especial, derivada de la variedad autóctona llamada hoy en día aroma nacional o sabor arriba. En 1789 Ecuador obtiene la facultad de exportar el cacao desde Guayaquil.

Durante las primeras décadas del siglo XIX, en Venezuela se encontraba más del 50% de la producción de cacao, para la década de 1820, la pepa de oro es introducida por los portugueses en Ghana y otros países del centro de África, para ese entonces los españoles consumían la tercera parte de la producción mundial de cacao, durante el mismo siglo empezó a extenderse el cultivo en Brasil.

Los suizos a finales del siglo XIX empezaron a producir el primer chocolate en leche, los cuales conquistaron cantidades de premios en festivales internacionales, lo que dio origen a la industria que se conoce hoy en día (Asociación Nacional de Exportadores de Cacao - Ecuador, 2015).

d) El Gran Cacao

La fundación del Ecuador es declarada en 1830, época en la cual muchas familias adineradas dedican sus tierras a esta producción, en haciendas ubicadas preferentemente en Vinces y otros cantones de Los Ríos, convirtiéndose en una costumbre de alcurnia el encargar a terceros su administración para que sus dueños pudiesen pasar largas temporadas en Europa. De ahí el mote de París Chiquito.

En 1880 la producción se duplica hacia (15.000 TM), y se triplica por los ajaos 20 (40.000 TM), para la década de 1890, Ecuador se convirtió en el mayor exportador de cacao en el mundo, creándose los primeros bancos del país gracias a la base sólida que ofrece el cacao como motor económico nacional.

La década de 1920 fue funesta debido a la aparición y expansión de las enfermedades como la monilla y escoba de la bruja, provocando la reducción de la producción al 30%, a esto se sumó como consecuencias de la primera guerra mundial la falta de medios de transporte y mercados internacionales, así el cacao y la economía ecuatoriana entró en un periodo de depresión e inestabilidad.

El cacao ecuatoriano en su mayor parte es de tipo nacional y trinitario introducidos después de 1920 por considerarse más resistente a las enfermedades. Sin embargo ya que el Ecuador posee las condiciones agro-climáticas idóneas para el desarrollo del cultivo el sabor arriba continua permaneciendo intacto (Asociación Nacional de Exportadores de Cacao - Ecuador, 2015).

2.2.1.2 *Productores primarios.*

En esta primera etapa se da la siembra y cosecha de granos de cacao, que casi siempre es constituida por los pequeños productores. Este sector generalmente está alejado del

mercado convirtiéndose en necesaria la presencia de un comerciante encargado de recoger el producto, comprarlo y trasportarlo a los almacenes.

En este punto de la cadena productiva compañías como Nestlé juegan un rol importante ya que fungen el papel de controladoras de calidad permitiéndoles comprar directamente a los almacenes de exportación por medio de intermediarios locales o extranjeros (The Times 100, 2007).

2.2.1.3 *Sistemas de comercialización*

En el mercado internacional existen tres tipos de sistemas de comercialización en los países productores de cacao: la Junta de Comercialización, la Caja de Estabilización y el Libre Mercado.

La Junta de Comercialización es un sistema que se utiliza principalmente en los países africanos. Ésta se caracteriza por tener un organismo estatal que funciona como monopolio sobre la comercialización interna y externa del cacao, lo que contribuye a la reducción de la vulnerabilidad del productor frente a la fluctuación mundial del precio.

La Caja de Estabilización se caracteriza por tener menor intervención del estado y el manejo del producto de exportación es llevado a cabo por agentes privados previamente autorizados por caja, sistema también utilizado por los países africanos.

Por último, tenemos el Libre Mercado, no hay intervención directa del estado en la comercialización interna y externa; motivo por el cual los precios son determinados en concordancia a los precios internacionales. El gobierno tiene un papel limitado, sólo referente a controles de calidad (INFOCOMM UNCTAD, 2007).

2.2.1.4 Organismo Regulador del Cacao

La Organización Internacional del Cacao (ICCO) fue fundada en 1973 como organismo administrativo del primer Convenio Internacional del Cacao firmado en 1972 y renovada aproximadamente cada cinco años, hasta el 2001.

2.2.1.5 *Distribución de la Comercialización del Cacao*

La producción de cacao es distribuida principalmente en América Latina, África y Asia en el mercado internacional. Sin embargo, la elaboración de productos derivados del cacao se realiza principalmente en Europa y en Estados Unidos, su proceso de transformación es dado en dos etapas: productos y sub-productos (INFOCOMM UNCTAD, 2007).

2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 *Planear*

Planear es una forma de anticipar el futuro, al realizar esta acción un empresario, empleado o emprendedor anticipa el entorno que afrontará su empresa y/o negocio y las decisiones requeridas para establecer la forma más idónea que lo lleven a alcanzar sus objetivos, permite reducir los riesgos y la incertidumbre asociada con el entorno del negocio o empresa en el cual se participa o desea participar. Planear es un proceso que consiste en fijar objetivos y establecer el camino para alcanzarlos (Viniegra, 2007).

2.3.2 *Negocio*

En la NIIF 3, un negocio se define como un conjunto dirigido y gestionado que tiene como fin proporcionar rentabilidad en forma de dividendos, menores costes u otros beneficios económicos a los inversores o propietarios, miembros o partícipes, además identifica tres elementos en un negocio: insumos, procesos aplicados a los insumos y productos (Cañal, 2015).

2.3.3 *Plan de negocios*

Considerando lo anterior y el punto de vista de una empresa o negocio, esta planeación se ve plasmada en lo que se conoce como un Plan de Negocios, el cual no es otra cosa que la planeación de una empresa o negocio en su conjunto, considerando cada una de sus partes o áreas esenciales (administración, finanzas mercadotecnia, operaciones, etc.) y la interacción de cada una de éstas con las demás.

El Plan de Negocios permite visualizar hoy cómo deben operar las áreas del negocio o empresa para que de forma conjunta y sinérgica ayudando a alcanzar los objetivos deseados de manera eficiente; esto es, producir el máximo de resultados con el mínimo de recursos.

"Cómo tenemos que mover cada una de nuestras áreas para lograr los objetivos de la empresa en el corto, mediano y largo plazo y el efecto que cada uno de estos movimientos causa en el resto de áreas y por ende, en alcanzar nuestros objetivos (jaque mate)" (Viniegra, 2007).

Un plan de negocios es un documento que describe actividades para generar ganancia. En concreto es eso. También se le puede agregar a esto último «a través de la satisfacción de necesidades mediante el ofrecimiento de bienes o servicios» (Moyano Castillejo, 2015).

2.3.4 *Finalidad del Plan de Negocios*

El Plan de Negocios busca documentar y comunicar la implementación de estas estrategias y la forma en que deben de desarrollarse de manera integral a fin de poder alcanzar los objetivos finales esperados por la empresa. Es un documento descriptivo, le debe permitir entender a cualquier área dentro de la empresa, lo que tiene que hacer tanto ésta como el resto de las áreas de forma individual y colectiva para alcanzar sus objetivos (Viniegra, 2007).

Un plan de negocios es un documento que ayuda a planificar las actividades del negocio, a tener un norte, a definir objetivos, cómo lograrlos y en qué tiempo lograrlos. Asimismo, permite hacer correcciones y modificaciones de las actividades descritas para generar ganancia.

Más específicamente, describe al detalle las actividades comerciales, productivas, logísticas, de recursos humanos, organizativas y financieras económicas con las cuales se logrará el objetivo.

De otro lado, y muy importante, el plan de negocios ayuda a obtener financiamiento; pues es un documento que se presentará a inversionistas, organizaciones gubernamentales sin fines de lucro, asociaciones extranjeras, entidades bancarias u otra organización del sector financiero para lograr dicho financiamiento mostrándole en el documento la viabilidad del negocio (Moyano Castillejo, 2015).

2.3.5 *Características*

Un Plan de Empresa es como hemos indicado, tiene una herramienta para analizar tanto la viabilidad de una iniciativa emprendedora, como una vía para lograr financiación, por ello, debe ser:

- Eficaz: Debe contener, ni más ni menos, toda aquella información que a los promotores del proyecto les sirva para analizar en profundidad todas las implicaciones que suponen la puesta en marcha de su proyecto, y también, aquella información que un eventual inversor espera conocer.
- Estructurado: Debe tener una estructura simple y clara que permita seguirlo fácilmente.
- Comprensible: Debe ser escrito con claridad, utilizando un vocabulario preciso y evitando jergas y conceptos demasiado técnicos. Las cifras y tablas deben ser simples y fáciles de comprender. En definitiva, debe ser fácil de leer (Zorita, 2015).

2.3.6 *Importancia del plan de negocios*

La importancia del Plan de Negocios radica en su magnitud y alcances, su estructura permite cubrir prácticamente todas las áreas del negocio o empresa, facilitando y logrando la eficiencia y eficacia con esto el proceso de planeación.

El hecho de contar con un Plan de Negocios, asegura a un inversionista o institución crediticia que analice nuestra propuesta a detalle, por lo tanto tiene grandes posibilidades de éxito ya que para su desarrollo tuvimos que analizar realmente el producto y/o servicio que estamos proponiendo tiene un mercado dispuesto a adquirirlo, que es rentable su comercialización y que vamos a operar y administrar la empresa o

negocio de una forma tal, que aseguramos su éxito a través del tiempo, lógico que todo lo anterior respaldado con información y en detalle (Viniegra, 2007).

¿Por qué es importante seguir un business plan o plan de negocio?:

1. Su diseño: Escribir una idea que surge en un principio como algo hipotético y estructurarla hace que esta pueda empezar a tomar forma.
2. Su estructura: se debe dar respuesta a una serie de cuestiones como los objetivos, el tipo de cliente, los recursos, la situación externa, el producto, la política de precio, la política de atención al cliente o post-venta, la política de comunicación, los canales de distribución.
3. Aporta credibilidad: Queda claro que cuando necesitas compartir el contenido es lo importante.
4. Información a buscar: Puede haber variables que desconozco.
5. Es una guía: Se puede hacer sin un plan de negocio supuesto, pero es más fácil de tener una guía a seguir sobre todo cuando estoy empezando.
6. Incluye un plan de viabilidad: plasmar en una hoja de cálculo los ingresos proyectados en los objetivos, los gastos fijos por la nave industrial, talento humano, gastos variables por comisiones, transporte, etc. Esta información servirá para generar el número de clientes necesario para el primer y segundo año y cuál es el ritmo de trabajo y la presión a imponer.
7. Revisable: un buen plan de negocio no debe de ser estático sino dinámico y cambiante. Debemos revisarlo y adaptarlo a las necesidades y oportunidades del mercado (Zorita, 2015).

2.3.7 *Estructura del Plan de Negocios*

Expone que las áreas esenciales de un Plan de Negocios son aquellas que determinan en gran medida su contenido y generalmente son las de mayor importancia en cualquier negocio y/o empresa, independientemente de su naturaleza o giro:

- Administración
- Ventas
- Mercadotecnia

- Operaciones
- Finanzas
- Legal

El Plan de Negocios está estructurado en una serie de planes individuales que hacen referencia a todos estos aspectos:

- Descripción General de la Empresa
- Plan del producto y/o servicio
- Plan de Mercadotecnia y Ventas
- Plan Administrativo
- Plan Operativo
- Plan Financiero
- Plan Legal (Viniegra, 2007).

2.3.8 *Modelo de Negocios*

"Un modelo de negocio es una herramienta que contiene una serie de elementos y sus relaciones permitiendo expresar la lógica de negocio de una empresa específica. Es la descripción del valor que una empresa ofrece a sus clientes y de la arquitectura de la empresa y su red de socios para crear, comercializar, y aportar este valor en concordancia de un flujo rentable y sostenible" (Pigneur & Tucci, 2005).

"Consiste en el conjunto de elecciones hechas por la empresa y las consecuencias que se generen de estas elecciones" (Navas López & Guerras Martín, 2007).

"Es una planificación que realiza la empresa de sus ingresos y beneficios futuros, que establece el norte a seguir para atraer a los clientes definir ofertas de productos e implementar estrategias para tener éxito en el mercado" (Álvarez, 2009).

a) Importancia de los modelos de negocio.

El modelo de negocio permite formular e implantar la estrategia y se presenta en el punto donde se vinculan las elecciones de la dirección con sus respectivas consecuencias.

El valor que la empresa ofrece a sus clientes es la esencia del modelo de negocio. Por medio del diseño y elaboración de los componentes que constituyen la cadena de valor se cautiva y persuade a los clientes o usuarios para que paguen por dicho valor generado y convertir así esos pagos en beneficios, un modelo de negocio trata de entender lo que quieren los clientes, cómo lo quieren y cuánto están dispuestos a pagar por ello.

Ayudaría a comprender el comportamiento del mercado, la innovación, la competencia, la estrategia y la ventaja competitiva que todo empresario busca tener en su negocio (Martínez Rodríguez, 2014).

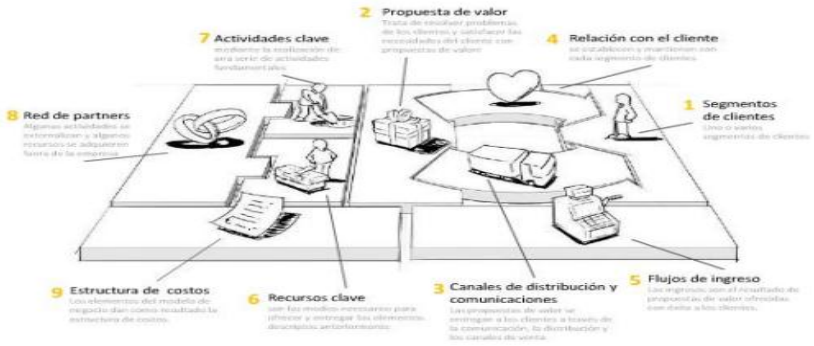


Gráfico 2-1: Bloques del modelo de negocios de Osterwalder.
Fuente: (Bruckner, 2008)
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

2.3.9 *Cadena de Valor*

La cadena de valor es una forma de análisis de la actividad empresarial por medio de la cual descomponemos una empresa en partes constitutivas, buscando identificar ventaja competitiva en actividades generadoras de valor. Esa ventaja competitiva se alcanza cuando las actividades de su cadena de valor son desarrolladas e integradas a la empresa de forma menos costosa o mejor diferenciada que sus rivales (Arimany, 2010).

La cadena además permite identificar los costos distintos en que incurre una empresa a través de las diversas actividades que conforman el proceso productivo, constituyendo

un elemento indispensable para determinar la estructura de costos de una compañía (Jimenez, 2013).

2.3.10 *Las Empresas Asociativas*

Son organizaciones económicas productivas, cuyos miembros aportan su capacidad laboral, por un tiempo indefinido y además algunos conceden al servicio de la organización tecnología, destreza, u otros activos necesarios para el logro de los objetivos de la empresa (Colombia, 1991).

2.3.11 *Comercio Justo*

"Sistema comercial que se basa en el diálogo, la transparencia y el respeto, además de buscar mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a los criterios sociales y medioambientales. Aportando al desarrollo sostenible brindando mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos" (Organización Mundial del Comercio Justo, WFTO, 2016).

2.3.12 *Productor Organizado*

Se considerarán organizaciones a las agrupaciones de productores que se dediquen a la producción, transformación y comercialización y al desarrollo de otras actividades tendientes a resolver problemas sociales y económicos de dichos beneficiarios (Hermógenes, 1983).

2.3.13 *Consumo Responsable*

Es elegir productos no sólo en base a su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social, y por la conducta de las empresas que los elaboran (Rodríguez, 2011).

2.3.14 *Factores De Producción.*

El grado de tecnología en la producción, la estructura del sistema de producción y la cantidad de esta producción que se pone a la disposición del mercado, influyen en el desarrollo del sistema de comercialización. El sistema de comercialización también influye sobre la función de producción (Moran, 1976).

2.3.15 *Mercado*

El mercado es el conjunto total de personas u organizaciones con necesidades por satisfacer, dinero para gastar y la disposición y la voluntad de gastarlo (Sulser Valdéz, 2004).

El mercado es un sitio no necesariamente físico donde entran en juego tanto la oferta como la demanda de bienes y servicios generados para cubrir las necesidades.

2.3.16 *Punto De Venta*

Punto es un término con múltiples significados: para esta investigación tomaremos la acepción en la que se expone es un lugar físico o sitio. Venta proceso y resultado de vender (entregar la propiedad de un bien a otro que paga un cierto precio acordado) (Pérez, 2015).

2.3.17 *Cadena Productiva*

Es la relación espontanea que existe entre actores implicados en las relaciones económicas y de provisión de bienes y servicios desde la producción primaria hasta la llegada al consumidor (Fundación Codespa, 2016).

Conjunto de agentes y actividades económicas que intervienen en un proceso productivo que inicia desde la provisión de insumos y materias primas, su transformación y producción de bienes intermedios y finales; la comercialización en los mercados internos y externos, incluyendo proveedores de servicios, sector público, instituciones de asistencia técnica y organismos de financiamiento (PROINPA, 2010).

2.3.18 *ASOPRONUR*

La Asociación de Producción Agrícola Nuevo Urdaneta "ASOPRONUR" nace y es registrada el 25 de noviembre del 2015 de acuerdo con los principios de la Ley Orgánica de Economía Social y Solidaria. El domicilio principal de la misma consta en el Cantón Ricaurte de la Provincia de Los Ríos, Ecuador.

Su creación se debe a la organización de 107 productores del Recinto Potosí y sectores aledaños, bajo la dirección y tutela de la exportadora AGROSANCHEZ COCOA EXPORT S.A. con el fin de producir y comercializar productos agrícolas, principalmente cacao, en dicha zona dentro de un marco de colaboración donde ambas partes se comprometen a trabajar en pro de un comercio justo y sostenible.

2.3.19 *Matriz de la CFN*

Es el modelo utilizado por la institución para medir cuan viable y factible es el proyecto a fin de poder proyectar que ganancias se generaran y si estas podrán cubrir el crédito que el proyecto requiere como inversión.

2.4 INTERROGANTES DE ESTUDIO

2.4.1 *Idea a Defender*

¿Cómo la formulación del Plan de Negocios para la creación de un Centro de Acopio de Cacao mejorará la rentabilidad y la producción en la ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA NUEVO URDANETA (ASOPRONUR), del cantón Urdaneta, Provincia de los Ríos?

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

3.1.1 *Cualitativa y Cuantitativa*

El presente trabajo investigativo tendrá un enfoque cualitativo y cuantitativo, de la siguiente manera cualitativo ya que por medio de la investigación se describen cada uno de los parámetros que se desarrollaran para la formulación del plan de negocios que busca crear un centro de acopio para la producción de cacao de la asociación ASOPRONUR, tratando la información recogida por medio de la aplicación de encuestas en donde se llegara a determinar las debilidades que posee la asociación. También se requerirá el método cuantitativo para explorar y analizar los datos numéricos.

3.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Para este estudio se utilizó la investigación descriptiva de campo y documental, ya que son herramientas imprescindibles para el desarrollo del trabajo.

3.2.1 *Investigación Descriptiva*

En el trabajo de investigación se utiliza esta herramienta para detallar todos los escenarios que fueron causa de la elaboración del plan de negocios, así como también cada uno de los parámetros contemplados para la elaboración del mismo de tal modo que respondan a resolver la problemática existente actualmente en la Asociación de Producción Agrícola Nuevo Urdaneta (ASOPRONUR), del cantón Urdaneta provincia de Los Ríos.

3.2.2 *Investigación Documental.*

Se utilizará la investigación documental en el análisis y procesamiento de información proporcionada por la Asociación de Producción Agrícola Nuevo Urdaneta (ASOPRONUR) que serán la base del plan de negocios a desarrollarse.

3.2.3 *Investigación de Campo*

La investigación de campo será aplicada al realizar una serie de visitas constantes a la Asociación de Producción Agrícola Nuevo Urdaneta (ASOPRONUR) y la interacción con los productores socios con la finalidad de recabar información veraz de la situación actual en la que se encuentran a través de encuestas.

3.2.4 *Información Secundaria*

Se obtendrá información mediante investigaciones realizas por fuentes como: Anecacao, Banco Central del Ecuador, International Cocoa Organization (ICCO).

3.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

3.3.1 *Método Inductivo*

Explica sobre como los hechos individuales están relacionados entre sí a un hecho general. El inductivo es un método que obtiene conclusiones generales a partir de hechos particulares (Barrionuevo, 2013).

3.3.2 *Método Deductivo*

Es la acción por el cual se procede lógicamente de lo universal a lo particular, parte de los datos generales aceptados como verdaderos, para deducir por medio de razonamiento lógico. Es un proceso analítico sintético que presentan conceptos, definiciones de leyes o normas generales, de las cuales se extraen conclusiones o se examina casos particulares sobre la base de afirmaciones generales ya presentadas (Barrionuevo, 2013).

Por medio de la encuesta dirigida a los socios se podrá obtener datos que permitan conocer la situación actual de los integrantes de la asociación como tal, su nivel de producción, capacitación, y sus aspiraciones futuras.

Recopilación de la información. La encuesta se realizará a través de un formulario, que se utilizará como parte del presente trabajo ya que permitirá identificar las necesidades y expectativas de los compradores, así como también las deficiencias y debilidades que presenta la asociación para competir actualmente en el mercado.

- **Análisis y procesamiento de la información**. Mediante la utilización de cuadros y gráficas estadísticas se analizarán e interpretarán los resultados de la muestra.
- **Resultados.** Una vez analizada y procesada la información se interpretarán los resultados obtenidos para determinar la creación de un centro de acopio.
- **Resultados de las encuestas**. Mediante la información obtenida se conocerá la demanda de producción de los socios.

3.4 TIPO DE ESTUDIO.

3.4.1 *Población y muestra*

La población de estudio está conformada por los productores de cacao del Recinto Potosí y sectores aledaños, miembros de la ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA NUEVO URDANETA (ASOPRONUR) Del Cantón Urdaneta, Provincia de Los Ríos. De acuerdo a la información de la mencionada entidad el número total haciende a 107 personas.

En vista que el tamaño de la población es finito y que existen las condiciones de accesibilidad a todos y cada uno de los individuos para efectos de la recopilación de la información, se optó por trabajar con una muestra censal (la muestra es igual a la población). Por consiguiente, no fue necesario aplicar una fórmula de cálculo del tamaño de la muestra (Supo, 2014).

3.5 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.5.1 *Técnicas.*

- **Encuesta.** - Se utilizará esta técnica en la recopilación de datos a través de preguntas cerradas a todos los miembros de la ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA NUEVO URDANETA (ASOPRONUR) del Cantón Urdaneta, Provincia de Los Ríos.

- **Observación documental. -** Esta observación, también conocida indirecta, se ejecuta revisando libros, documentos, artículos, etc. del tema planteado a estudiar. Para determinas variables y problemas específicos (Barrionuevo, 2013). Esta técnica será utilizada en la revisión de documentación proporcionada por la asociación, y en libros que aporten teorías o conceptos que puedan servir de soporte para el Plan de Negocios.

3.5.2 *Instrumentos.*

- **Cuestionarios. -** Es en un conjunto de preguntas, generalmente de varios tipos, elaborada sistemática y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en la investigación o evaluación que puede ser aplicado en varias formas, entre las que se destaca su administración a grupos o envío por correo (Pérez Juste, 1991)

3.6 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Tras la aplicación de la encuesta efectuada a todos los miembros de la Asociación de Producción Agrícola Nueva Urdaneta presentamos a continuación los resultados obtenidos por medio de tablas y gráficos para comprender con mayor facilidad todos los datos procesados.

Esta encuesta tuvo como fin principal conocer cuáles eran las fortalezas y debilidades que tenía la asociación así como también comprender cuáles eran los requerimientos de sus socios, el nivel de producción y el rendimiento por hectárea que ellos tienen a fin de saber cuál es la capacidad de producción total de ASOPRONUR. La encuesta a parte de

ayudarnos a realizar el diagnóstico situacional actual de la asociación nos permitirá comprender qué aspectos se requieren y que necesidades resolveremos con la creación del Plan de Negocios para el Centro de Acopio de esta organización.

DATOS INFORMATIVOS

Género

Tabla 1-3: Género

Género	N°	%
F	32	30%
M	75	70%
Total	107	100%

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

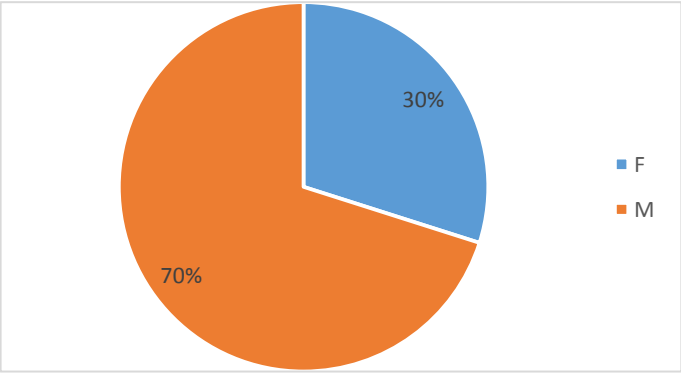


Gráfico 1-3: Género
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

De las encuestas aplicadas a los socios de la organización se obtuvo como resultado que 32 personas que representan el 30% de la población son de sexo femenino mientras que 75 personas que representan el 70% de la población son de sexo masculino lo que indica que entre los miembros de la asociación hay más hombres que mujeres pues ellos son la cabeza de sus hogares.

Edad

Tabla 2-3: Resumen edades

Edad	N°	%
35 - 49	24	22%
50 - 64	61	57%
65 - 70	22	21%
Total	107	100%

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

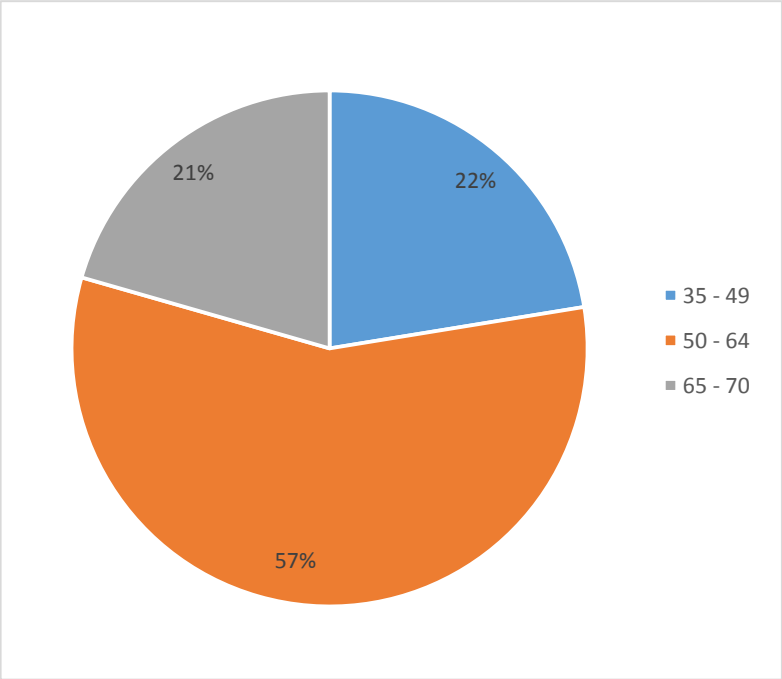


Gráfico 2-3: Resumen edades
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

De las encuestas aplicadas a los socios de la organización se obtuvo como resultado que sus integrantes se encuentran en una edad comprendida desde los 35 a los 70 años de tal manera que para poder procesar mejor la información se optó por clasificar de una mejor manera obteniendo que de los 107 socios que forman parte de la organización, 24 personas que representan el 22% de la población están en edades comprendidas entre los 35 a los 49 años y se encuentran en la etapa de la madurez otro grupo de 61 personas que representa el 57% de su total está en edades comprendidas entre los 50 a los 64 años encontrándose en la etapa de la adultez madura y finalmente un pequeño grupo de 22 personas que representa el 21% del total está en edades comprendidas de 65 a 70 años encontrándose en la etapa de vejez.

1. **¿En qué sector se encuentran las plantaciones?**

Tabla 3-3: Sectores de plantaciones

Sector	N°	%
Caluma	4	4%
El Cristal	2	2%
El Estero	7	7%
El Silencio	5	5%
El Triunfo	4	4%
Guayacanes	10	9%
Guayaval	3	3%
Hornacho	6	6%
La Esmeraldas	3	3%
La Gran Via	5	5%
La Humbelina	4	4%
La Laguna	2	2%
La Norma	2	2%
La Pompella	4	4%
Mirador	4	4%
Monte Carlo	2	2%
Nena Chica	3	3%
Nena Grande	3	3%
Pita	5	5%
Pital	3	3%
Potosi	5	5%
Ricaurte	7	7%
Samama Oriental	2	2%
San Francisco	5	5%
Santa Rita	4	4%
Yatuvi	3	3%
Total	107	100%

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

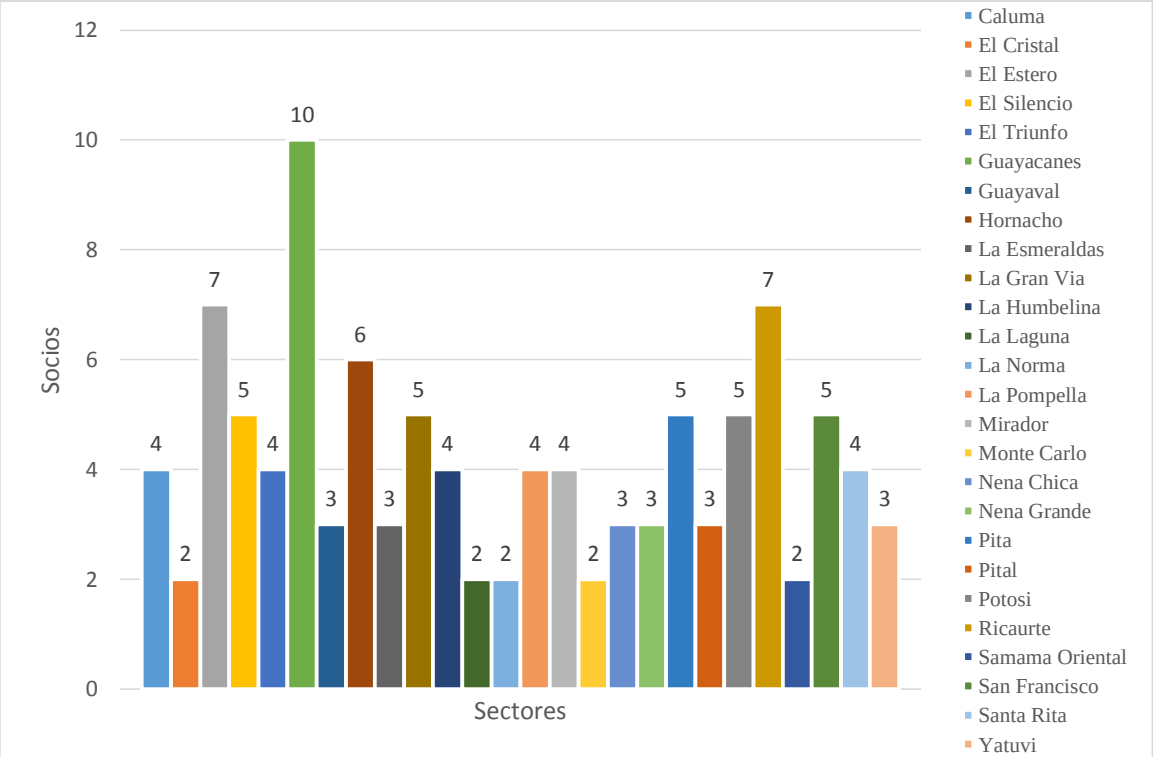


Gráfico 3-3: Sectores de plantaciones
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

Para la pregunta uno, procesando los datos arrojados por la encuesta realizada a los 107 socios, acerca de los sectores en los que se encuentran las plantaciones de cacao obtuvimos como resultado qué los sectores con más plantaciones son Guayacanes donde 10 productores tienen sus parcelas qué representa el 10% del total de socios, también está el sector de El Estero y Ricaurte cada uno con 7 socios qué representa el 7% de la población de estudio, respectivamente entre los sectores con menos producción se encuentra el Cristal, La Laguna, La Norma, Montecarlo y Samama Oriental donde existen en cada uno 2 productores que representan el 2% respectivamente, y el resto de sectores en los cuales se encuentran entre 3 a 6 productores en cada uno.

2. **¿Considera que es importante la implementación de un centro de acopio para ASOPRONUR?**

Tabla 4-3: Importancia de un centro de acopio para ASOPRONUR

Nivel de Importancia	N°	%
Totalmente de acuerdo	90	84%
De acuerdo	15	14%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	2%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	107	100%

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

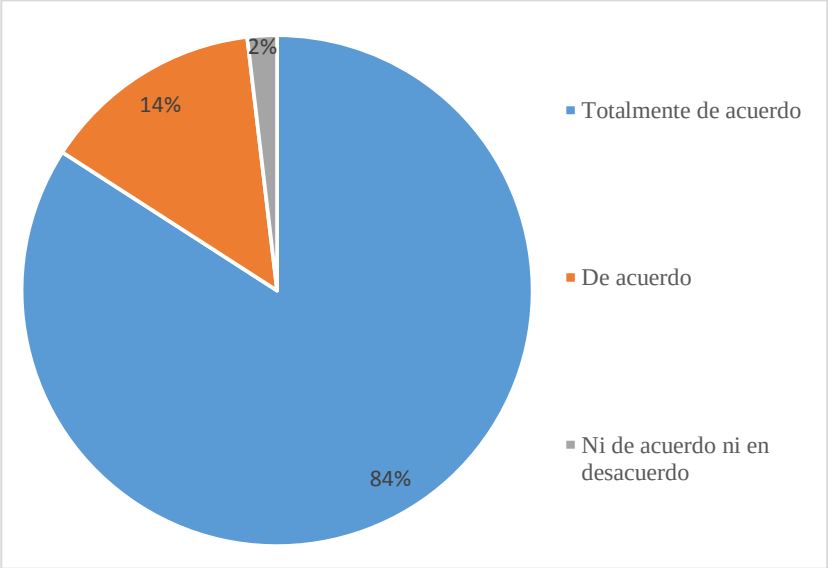


Gráfico. 4-3: Importancia de un centro de acopio para ASOPRONUR
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a los miembros de la asociación para la pregunta dos nos dio como resultado que 90 personas que representan el 84% de la población manifestaron que un centro de acopio sería de gran importante para ASOPRONUR pues están totalmente de acuerdo, 15 personas que representan el 14% de la población expresaron que están de acuerdo y una minoría de 2 personas que representan el 2% de la población no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, en esta pregunta se refleja el gran nivel de aceptación de la propuesta del proyecto de investigación que se está planteando.

3. **¿En qué entidad financiera estaría de acuerdo realizar un préstamo para la construcción del centro de acopio?**

Tabla 5-3: Entidades financieras prestamistas

Entidades Financieras	N°	%
Corporación Financiera Nacional	24	22%
Banco Privado	0	0%
Fondos Propios	0	0%
BanEcuador	83	78%
Cooperativa de ahorro	0	0%
Fuente de financiamiento informal	0	0%
Total	107	100%

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

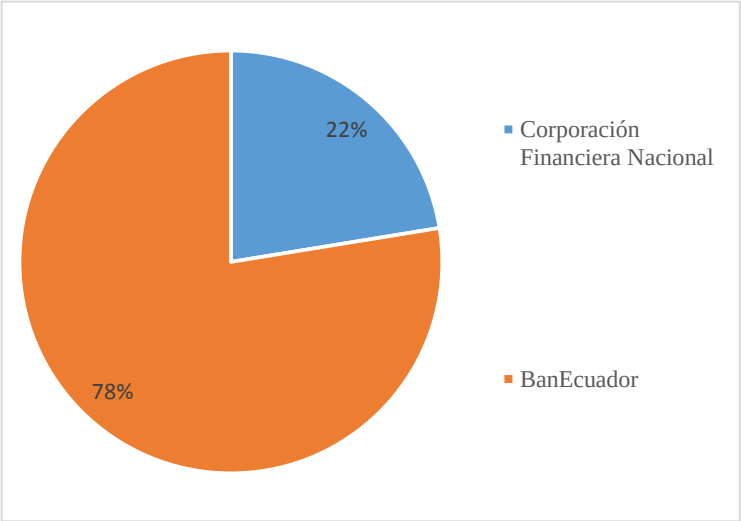


Gráfico 5-3: Entidades financieras prestamistas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

Para la pregunta tres de las 107 personas encuestadas que son parte de ASOPRONUR 83 personas que representan el 73% manifestaron BanEcuador sería una de las entidades financieras de su preferencia para realizar el préstamo para la construcción del centro de acopio, 24 personas que representan el 22% más de estar aunque Corporación Financiera Nacional sería su entidad prestamista entendiendo que entre las entidades que se dio a escoger, también se encontraba la banca privada, cooperativas de ahorro, fondos propios y fuentes de financiamiento informal quienes no tuvieron ninguna respuesta pues sus servicios no se ajustan a sus necesidades y por la falta de fondos propios ellos preferiría inversión por parte de BanEcuador.

4. **¿Qué tan útil puede ser la construcción de un centro de acopio para el almacenamiento de cacao?**

Tabla 6-3: Utilidad del centro de acopio en el almacenamiento de cacao

Grado de Utilidad	N°	%
Excelente	91	85%
Bueno	16	15%
Regular	0	0%
Deficiente	0	0%
Malo	0	0%
Total	107	100%

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

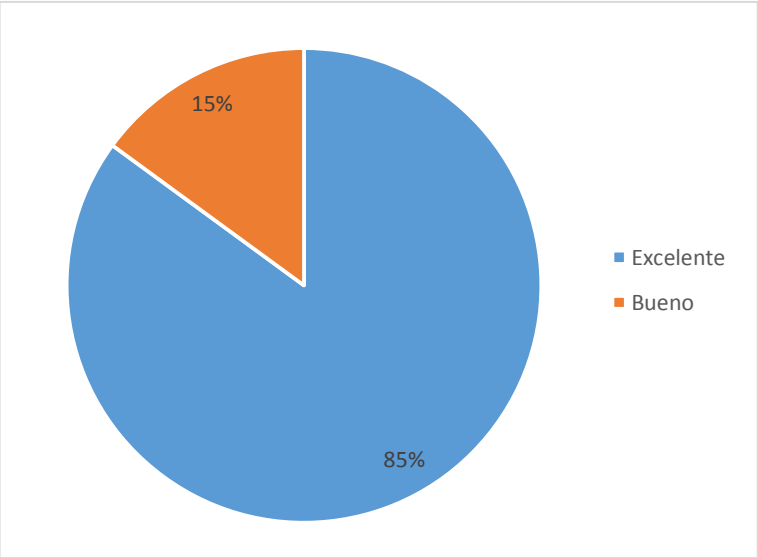


Gráfico 6-3: Utilidad del centro de acopio en el almacenamiento de cacao
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

Para la pregunta cuatro de los 107 socios encuestados 91 personas qué representa el 85% de la población manifiesta qué sería excelente la construcción del centro de acopio, pues sería útil para el almacenamiento de cacao, mientras que 16 personas que representan el 15% de la población manifestaron que sería buena la construcción de centro de acopio, también se puso en consideración la opción deficiente y mala qué no tuvieron ninguna puntuación entendiendo que el centro de acopio evitaría los problemas de calidad en la post -cosecha de cacao puesto a que esto ayudaría a generar un mejor producto que cumpla con todos los estándares de calidad establecidos lo que sería de gran utilidad.

5. **Estaría de acuerdo que la construcción del centro de acopio sea financiada una parte por:**

Tabla 7-3: Preferencia del financiamiento

Preferencia del Financiamiento	N°	%
Empresarios Ecuatorianos	27	25%
Empresarios Extranjeros	0	0%
Mixto	80	75%
Total	107	100%

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

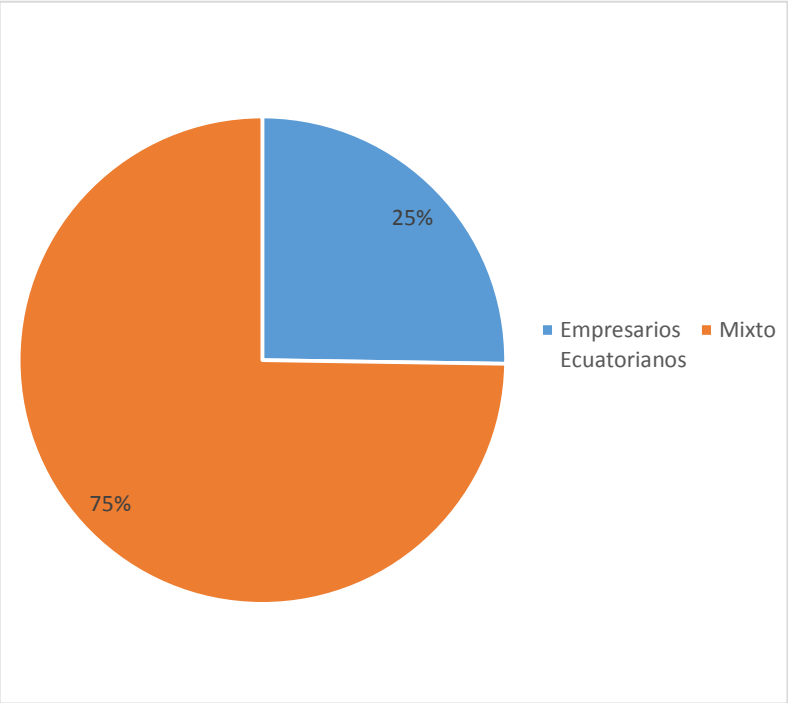


Gráfico 7-3: Preferencia del financiamiento
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

Para la pregunta cinco de las encuestas realizadas a las 107 personas se obtuvo los siguientes resultados: 80 personas que representan el 75% de la población manifestaron que preferirían que la forma de financiación para la construcción del centro de acopio venga por parte de empresas mixtas mientras que 27 personas que representan el 25% de la población manifestaron que preferirían empresas ecuatorianas, también se puso como opción a las empresas extranjeras la cual no tuvo mayor acogida ya que ninguno de los socios manifestó preferirla.

6. ¿Qué tipo de cacao y cuantas hectáreas usted cultiva en su finca?

Tabla 8-3: Tipo de Cacao de cultivo

	Nacional	%	CCN-51	%	Ramilla	%
Si	101	94%	99	93%	4	4%
No	6	6%	8	7%	103	96%
Total	107	100%	107	100%	107	100%

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

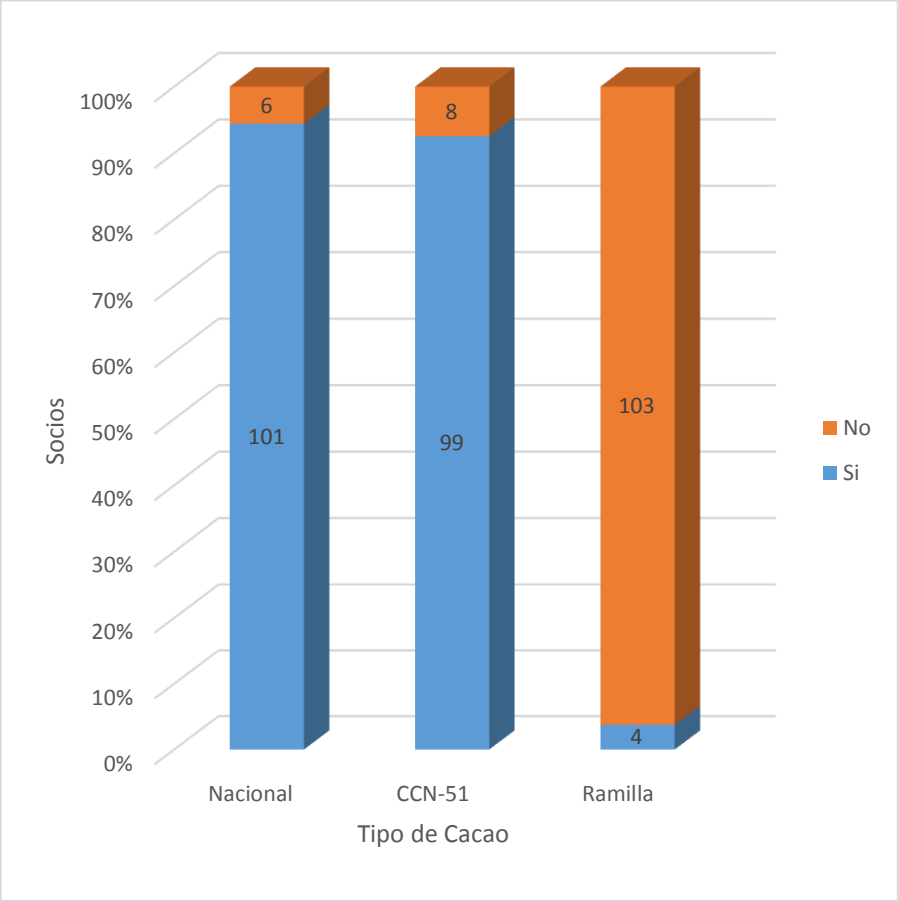


Gráfico 8-3: Tipo de Cacao de cultivo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

Para la pregunta seis de las encuestas realizadas a los 107 socios de la organización en cuanto al tipo de cacao que ellos cultivan algunos socios producían más de una variedad manifestando que 101 personas que representa el 94% de la población producen cacao nacional, 99 personas que representan el 93% de la población manifestó que cultivaban el cacao CCN-51 y 4 personas que representan el 4% de la población manifestaron que producían ramilla.

Tabla 9-3: Hectáreas de cultivo de cacao nacional

N° Hectáreas	N°	%	Total
1	9	9%	9
2	16	16%	32
3	18	18%	54
4	6	6%	24
5	12	12%	60
6	7	7%	42
7	6	6%	42
8	12	12%	96
9	5	5%	45
10	6	6%	60
11	1	1%	11
12	2	2%	24
15	1	1%	15
Total	101	100%	514

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

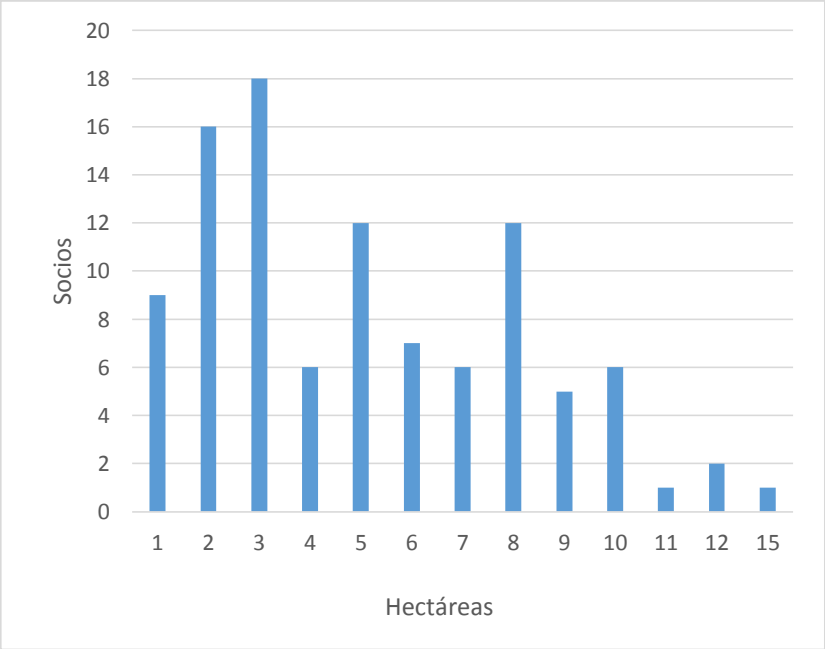


Gráfico 9-3: Hectáreas de cultivo de cacao nacional
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

En cuanto los 101 socios qué cultivan cacao de tipo Nacional tienen de 1 a 15 hectáreas dedicadas para su producción lo que nos da una sumatoria total de 514 hectáreas dedicadas a la producción de esta variedad dándonos un promedio de 5,09 hectáreas por productor.

Tabla 10-3: Hectáreas de cultivo de cacao CCN-51

N° Hectáreas	N°	%	Total
1	4	4%	4
2	20	20%	40
3	12	12%	36
4	9	9%	36
5	14	14%	70
6	8	8%	48
7	7	7%	49
8	8	8%	64
9	2	2%	18
10	8	8%	80
12	2	2%	24
14	4	4%	56
15	1	1%	15
Total	99	100%	540

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

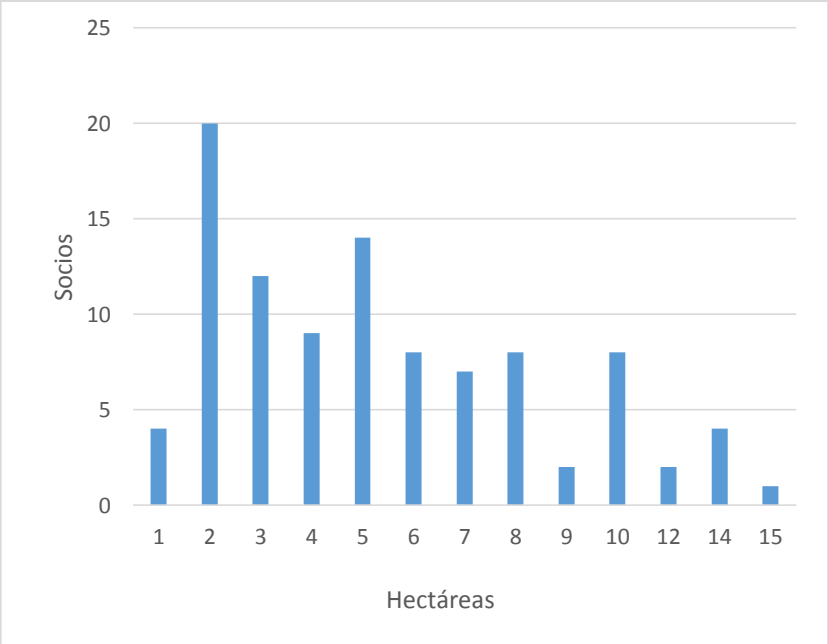


Gráfico 10-3: Hectáreas de cultivo de cacao CCN-51
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

En cuanto los 99 socios qué cultivan cacao de tipo CCN-51 tienen de 1 a 15 hectáreas dedicadas para su producción lo que nos da una sumatoria total de 540 hectáreas dedicadas a la producción de esta variedad dándonos un promedio de 5,45 hectáreas por productor.

Tabla 11-3: Hectáreas de cultivo de cacao ramilla

N° Hectáreas	N°	%	Total
1	2	50%	2
2	1	25%	2
4	1	25%	4
Total	4	100%	8

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

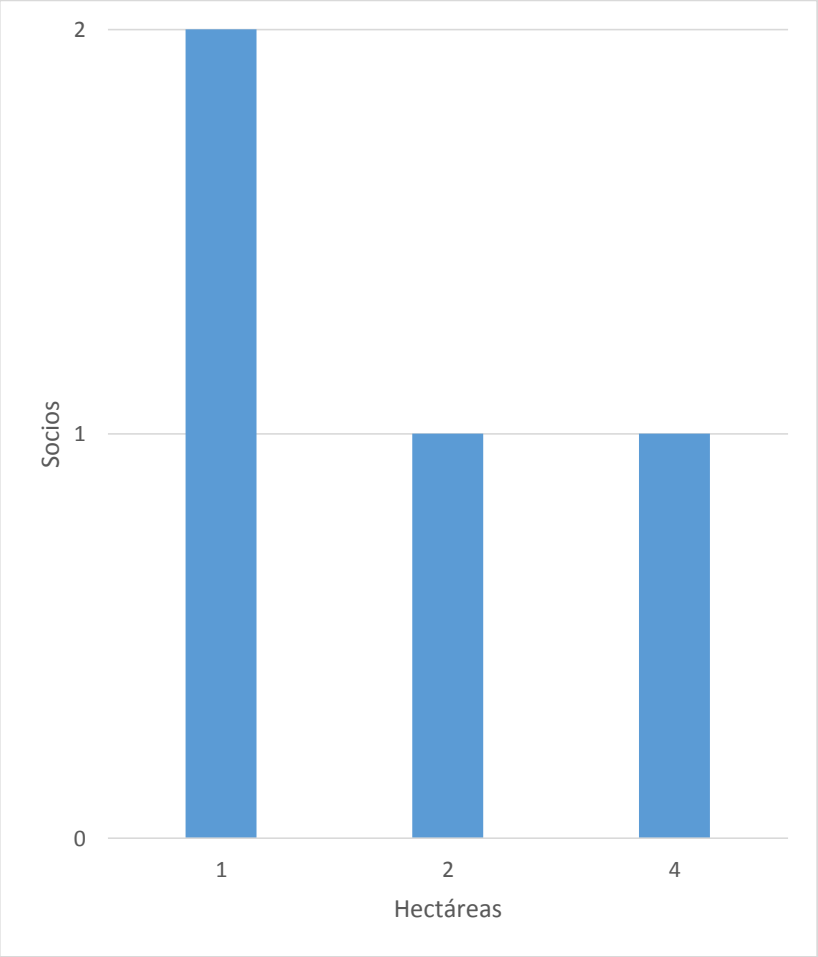


Gráfico 11-3: Hectáreas de cultivo de cacao ramilla
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

En cuanto los 4 socios qué cultivan cacao de tipo Ramilla tienen de 1 a 4 hectáreas dedicadas para su producción lo que nos da una sumatoria total de 8 hectáreas dedicadas a la producción de esta variedad dándonos un promedio de 2 hectáreas por productor.

7. **¿Sabe usted cuantas toneladas de cacao, ASOPRONUR necesita para cubrir los cupos de exportación a la empresa A&D Sánchez?**

Tabla 12-3: Conocimiento de toneladas para cubrir exportación de A&D Sánchez

Detalle	N°	%
No	48	45%
Si	59	55%
Total	107	100%

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

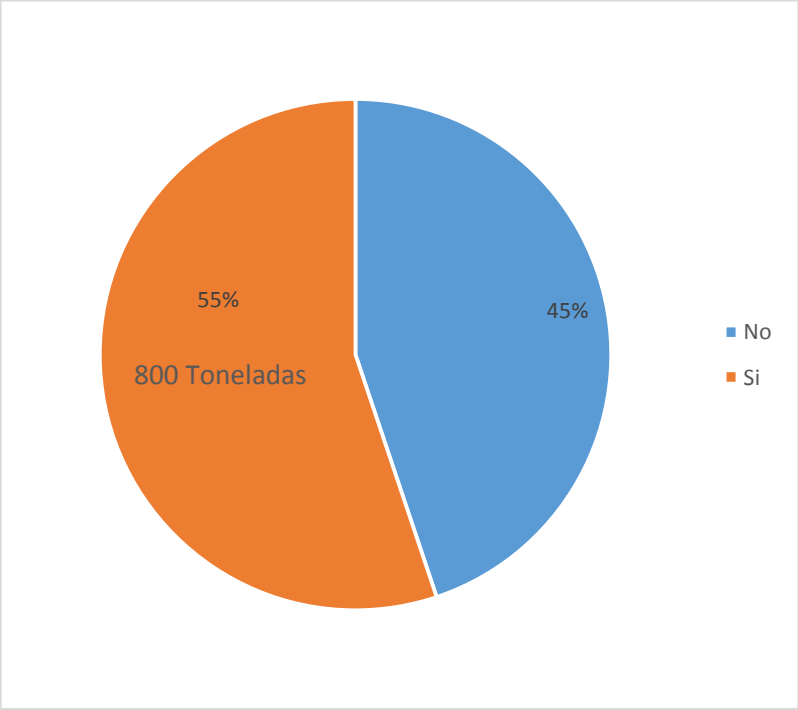


Gráfico 12-3: Conocimiento de toneladas para cubrir exportación de A&D Sánchez
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

En cuanto a la pregunta siete donde se cuestionó a los 107 asociados acerca de si conocía la cantidad en toneladas que se requerían para cubrir los cupos de exportación a la empresa A&D Sánchez 48 personas que representan el 45% de la población dijeron que no conocían la cantidad requerida mientras que 59 personas que representan el 55% de la población que si conocían, dando todos el mismo número qué es el de 800 toneladas.

8. **¿Al crear el centro de acopio usted considera la posibilidad de que hayan más proveedores de cacao que no necesariamente sean socios de ASOPRONUR?**

Tabla 13-3: Posibilidad de nuevos proveedores

Nivel de Aceptación	N°	%
Totalmente de acuerdo	81	76%
De acuerdo	9	8%
Indeciso	10	9%
En desacuerdo	6	6%
Totalmente en desacuerdo	1	1%
Total	107	100%

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

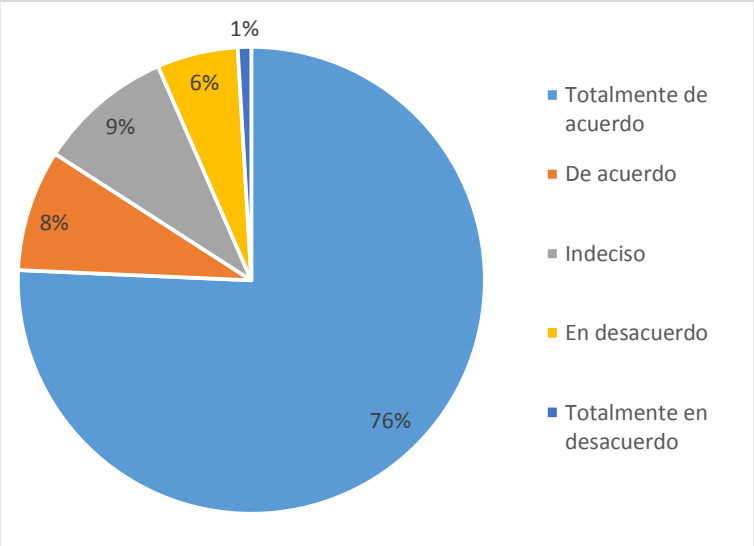


Gráfico 13-3: Posibilidad de nuevos proveedores
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

Para la pregunta ocho donde se cuestiona a los 107 socios de la organización sí consideran la probabilidad de que existan proveedores de cacao que no sean miembros de la asociación a lo que 81 personas que representa el 76% de la población de estudio manifestaron que estaba totalmente de acuerdo 10 personas que representan el 9% de la población estaban indecisas mientras que en desacuerdo estaban 6 personas que representa el 6% de la población, de lo cual tomando estos datos en su mayoría los socios estarían de acuerdo que para poder cubrir la demanda de cacao para exportación no solo se toma en cuenta a los socios de la organización y que se pueda comprar cacao a otras personas que no estén dentro de la misma.

9. ¿Ha recibido ayuda de productos o herramientas por parte del MAG en la provincia de Los Ríos?

Tabla 14-3: Ayuda por parte del MAG

Detalle	N°	%
No	93	87%
Si	14	13%
Total	107	100%

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

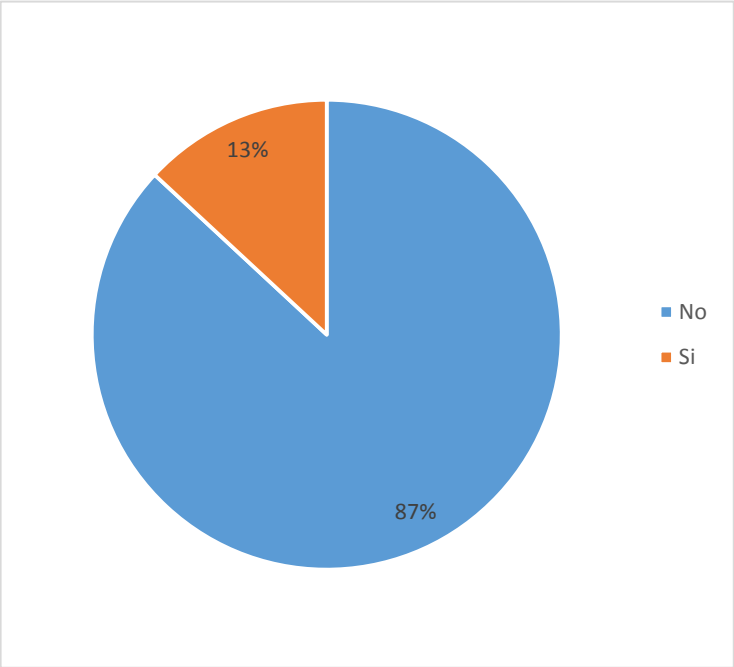


Gráfico 14-3: Ayuda por parte del MAG
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

Para la pregunta nueve y procesando los datos que en ella se arrojaron se tuvo como resultado que 93 personas que representan el 83% de la población manifestaron qué esta organización y sus miembros no han recibido ayuda de productos o herramientas por parte del MAG en la provincia de Los Ríos para su cultivo, mientras una minoría de 14 personas que representan el 13% de la población manifestaron qué si han recibido ayuda, sabiendo con esto que se requiere de apoyo y capacitación por parte del gobierno ya que el cambio de la matriz productiva contempla el impulso en la producción agrícola como fuente de trabajo y generadora de economía para el país.

10.¿Enumere en orden de importancia que aspectos son relevante al momento de la comercialización de cacao?

Tabla 15-3: Aspectos relevantes en la comercialización de cacao

Grado de Importancia	Promedio	Importancia
Calidad del producto (Impureza, Monilia, Magey)	1,79	1
Por el precio	1,88	2
Por el Peso	3,28	4
Vías de acceso	3,06	3

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

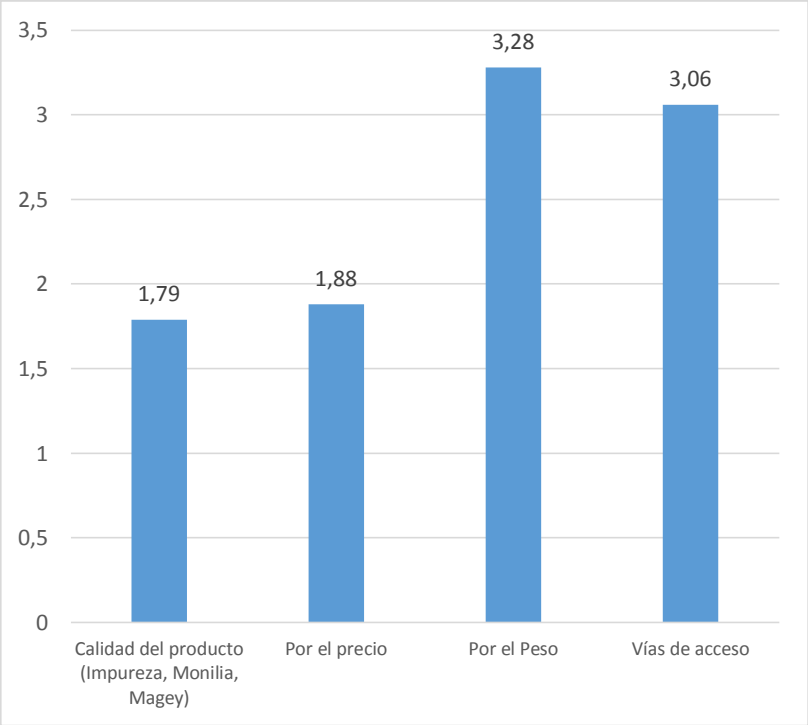


Gráfico 15-3: Aspectos relevantes en la comercialización de cacao
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

Para la pregunta diez procesando los datos de la interrogante que solicitaba poner en orden de importancia los aspectos al momento de la comercialización de cacao donde 1 era gran importancia y 4 mínima importancia a la que dieron diversas respuesta de los 107 socios la organización razón por la cual se procedió a realizar un promedio para cada una de las opciones obteniendo los siguientes resultados: la calidad del producto (impurezas monilia Magey) ocupaba el primer lugar con 1,76, siguiéndole el precio con 1,88, sucesivamente las vías de acceso con 3,06, y finalmente el peso con 3,2.

11.¿Cuáles son los meses de alta cosecha en su finca?

Tabla 16-3: Meses de Alta cosecha

Detalle	N°	%
Diciembre - Febrero	9	9%
Marzo – Mayo	1	1%
Junio - Agosto	25	23%
Septiembre - Noviembre	72	67%
Total	107	100%

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

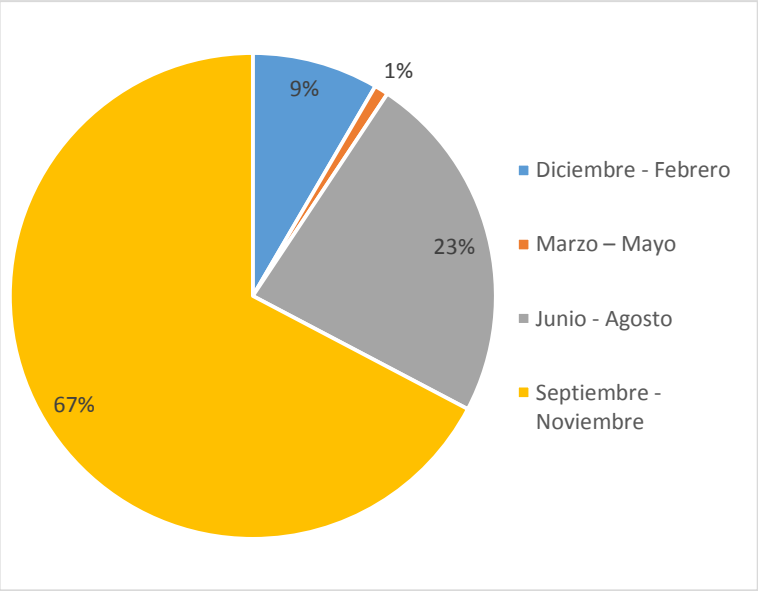


Gráfico 16-3: Meses de Alta cosecha
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

Para la pregunta once según los datos procesados de las 107 personas miembros de la asociación tuvimos los siguientes resultados: 72 personas que representan el 67% de la población manifestaron que los meses de alta cosecha en sus fincas son de septiembre a noviembre, 25 personas que representan el 23% de la población de estudio manifestaron que sus meses de mayor producción son de junio a agosto, mientras que 9 personas que representan el 9% de la población manifestaron que sus meses de mayor cosecha son de diciembre a febrero, y 1 persona que representa el 1% de la población manifestó que su temporada alta es de marzo a mayo, razón por la cual se sobreentiende que la época que generan mayor producción en las fincas es en verano en la temporada seca con temperaturas más frescas.

12.¿Cada que tiempo cosecha su producto?

Tabla 17-3: Tiempo de cosecha

Detalle	N°	%
1 Semana	19	18%
2 Semanas	62	58%
3 Semanas	26	24%
4 Semanas	0	0%
Total	107	100%

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

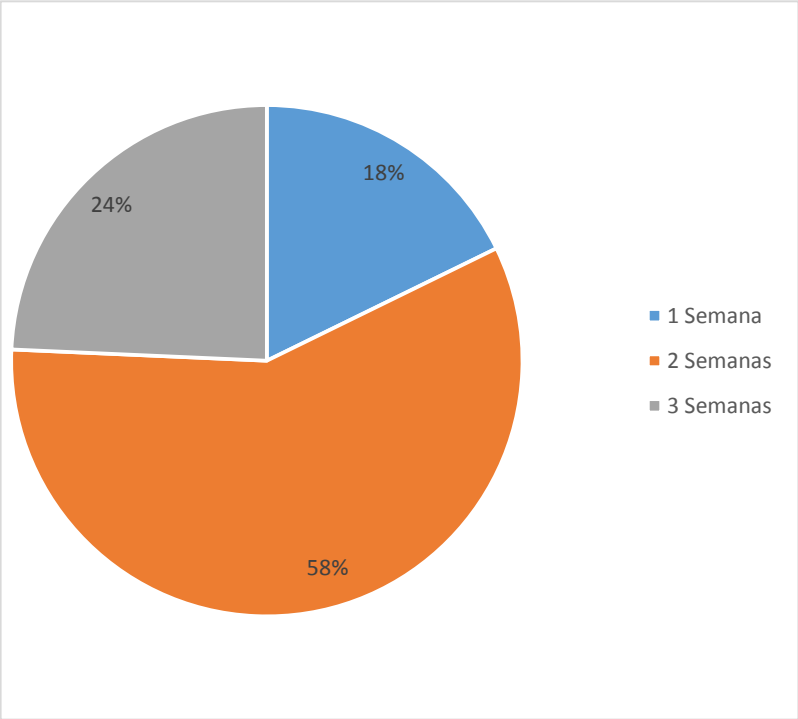


Gráfico 17-3: Tiempo de cosecha
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

Para la pregunta doce procesando los datos que nos arrojó la encuesta realizada a los 107 socios de la organización en cuanto al tiempo de cosecha, 62 personas que representan el 58% de la población de estudio manifestaron que era cada dos semanas, 26 personas que representa el 24% de la población manifestaron que era cada tres semanas y 19 personas que representan el 18% de la población manifestaron que era cada semana datos con los cuales se realizaron cálculos dándonos un promedio de cosecha de 2 semanas.

13.¿Cuantos quintales de cacao cosecha al mes normalmente?

Tabla 18-3: Quintales de cacao de cosecha al mes

Temporada	Promedio
Temporada Alta	32,79
Temporada Baja	6,44

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

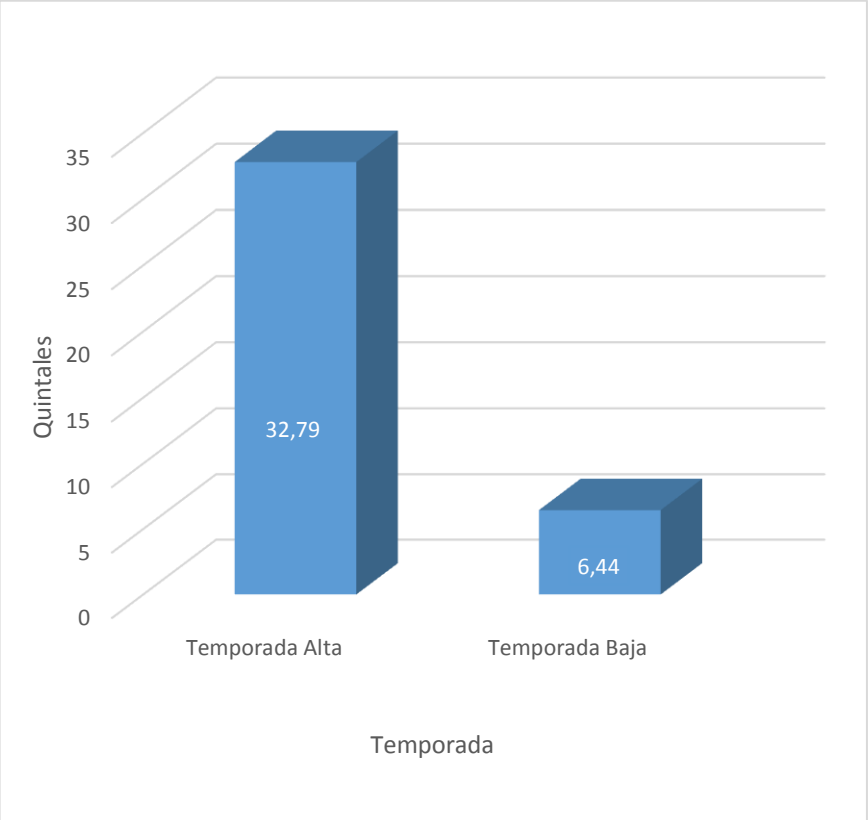


Gráfico 18-3: Quintales de cacao de cosecha al mes
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

Para la pregunta trece procesando los datos de las 107 personas que respondieron tenemos que los productores cultivan en temporadas altas de 1 a 100 quintales de cacao que en conjunto para la asociación representan 3509 quintales dándonos un promedio de quintal por socio en la temporada alta de 32,79 quintales, mientras que en la temporada baja existe una producción que oscila entre 1 a 40 quintales lo que nos da una producción total de la asociación de 689 quintales danos un promedio de producción por socio en temporada baja de 6,44 quintales.

14.¿En qué procesos de los siguientes prefiere vender el producto?

Tabla 19-3: Proceso Preferible de venta

Procesos	N°	%
Baba	13	12%
Seco	66	62%
Semi-seco	28	26%
Total	107	100%

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

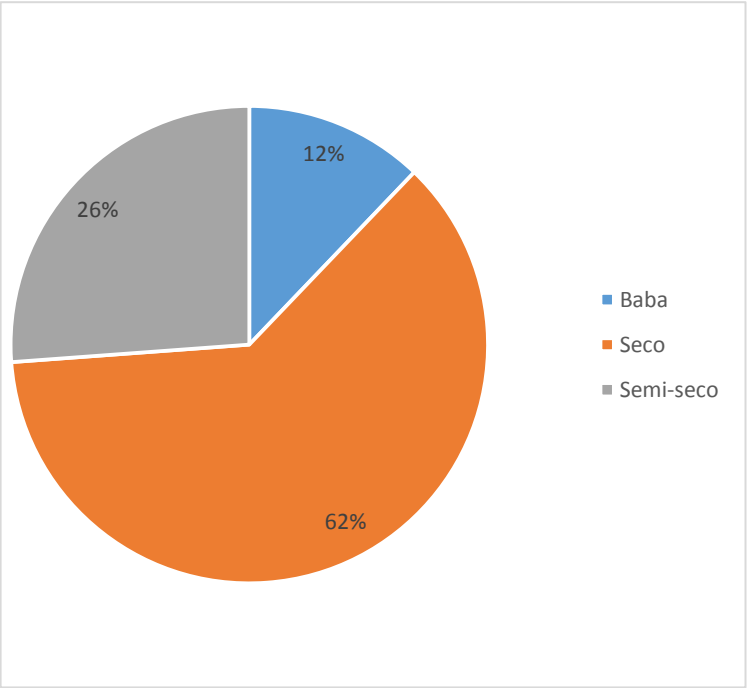


Gráfico 19-3: Procesos Preferibles de Venta
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

Para la pregunta catorce y procesando los datos de las 107 personas miembros de la asociación en cuanto al proceso final en que ellos venden el producto 66 personas que representan el 62% de la población manifestaron que su forma de venta de cacao es cuando está seco, 28 personas que representan el 26% de la población manifestaron que lo venden cuando está semi - seco y 13 personas que representan el 12% expresaron que venden el cacao en baba lo que nos da entender que a pesar de que algunos productores ya realizan el proceso de secado, existen aún un porcentaje que necesita realizar este proceso para su comercialización por lo que al implementar el centro de acopio esto será posible.

15.¿Está usted de acuerdo con los precios que maneja la exportadora (A&D Sánchez)?

Tabla 20-3: Conformidad con precios de A&D Sánchez

Nivel de Conformidad	N°	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	21	20%
Indeciso	9	8%
En desacuerdo	67	63%
Totalmente en desacuerdo	10	9%
Total	107	100%

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

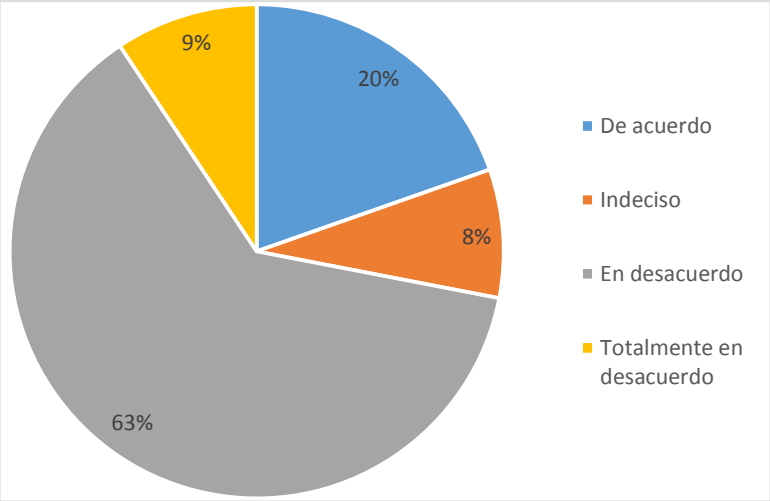


Gráfico 20-3: Conformidad con precios de A&D Sánchez
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

Para la pregunta quince procesando los datos de la 107 personas encuestadas que forman parte de la asociación tuvimos como resultado que en cuanto a la conformidad de los precios que maneja la exportadora A&D Sánchez, 67 personas que representan el 63% de la población estaban en desacuerdo, 10 personas que representan el 9% de la población estaban totalmente en desacuerdo, 21 personas que representan el 20% de la población estaban de acuerdo, partiendo de que en su mayoría no están de acuerdo nos permitimos dar un juicio en el que expresamos que los productores no están conformes con la remuneración recibida por su producto, por parte de la exportadora razón por la cual entre uno de sus objetivos está el dejar de comercializar por este tipo de empresas y hacerlo directamente exportando ya que esto les daría mayor reconocimiento y aumentaría la paga que ellos reciben por su cacao.

16.¿Enumere en orden de importancia los beneficios que brinda ASOPRONUR?

Tabla 21-3: Importancia de beneficios de ASOPRONUR

Nivel de Importancia	Promedio	Importancia
Capacitaciones	2,07	1
Asistencia técnica	2,11	2
Semillas	4,32	5
Propicia de fertilizantes	3,36	4
Comercialización	3,15	3

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

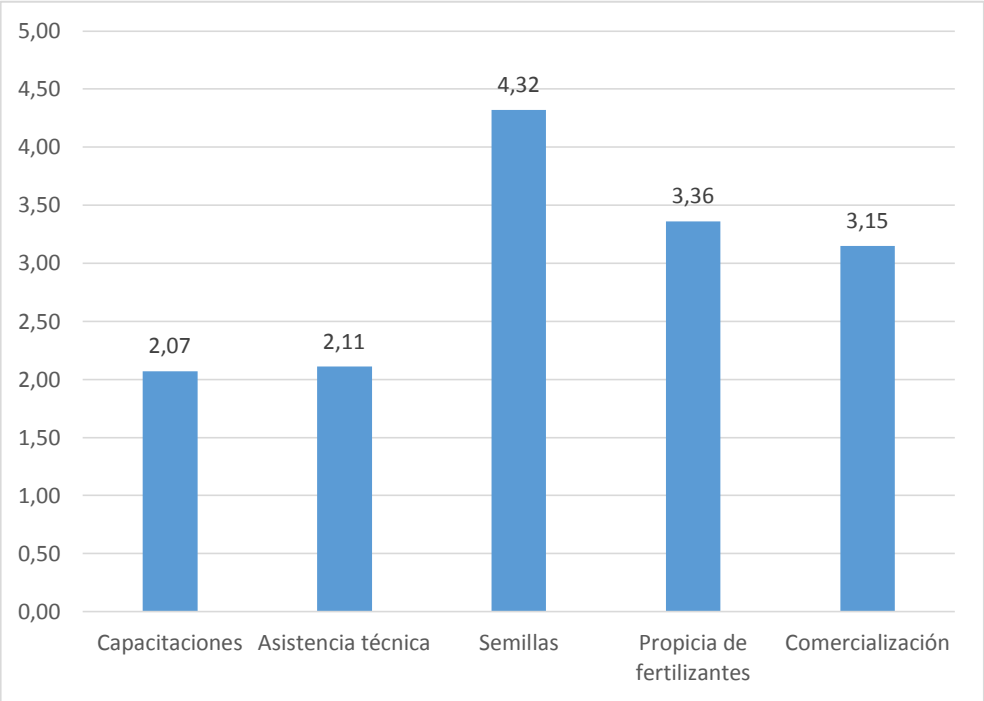


Gráfico 21-3: Importancia de beneficios de ASOPRONUR
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

Para la pregunta dieciséis procesando los datos de la interrogante que solicitaba poner en orden de importancia los beneficios que brinda ASOPRONUR donde 1 era de gran importancia y 5 mínima importancia se dieron diversas respuesta de los 107 socios la organización razón por la cual se procedió a realizar un promedio para cada una de las opciones obteniendo los siguientes resultados: Capacitaciones ocupaba el primer lugar con 2,07, siguiéndole asistencia técnica en segundo lugar con 2,11, sucesivamente comercialización en tercer lugar con 3,15, posteriormente propicia de fertilizantes en cuarto lugar con 3,36 y finalmente semillas en quinto lugar con 4,32.

17.¿Cuánto considera que perdió en quintales en el cultivo de cacao para el año 2018?

Tabla 22-3: Perdida de cacao en el 2018

Quintales	N°	Q*N
1-5	10	40
6 -10	30	258
11-30	33	553
21-40	28	898
41-60	6	320
Total	107	2069

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

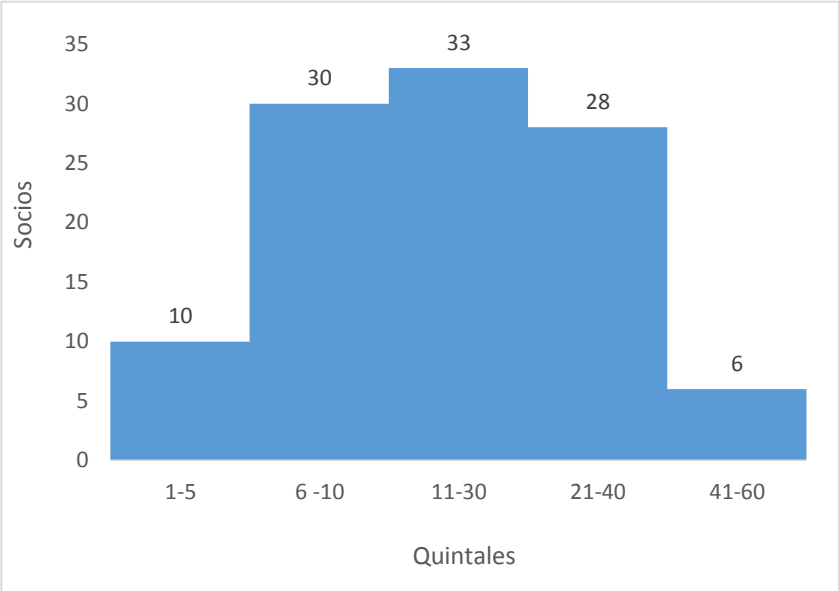


Gráfico 22-3: Perdida de cacao en el 2018
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

Para la pregunta diecisiete procesando los datos de la 107 personas encuestadas tuvimos como resultado que los quintales de cacao que perdieron para el 2018 están entre 3 y 60 según las opiniones de diferentes socios por lo que esta información se agrupo en rangos la misma que presenta que en su mayoría los socios perdieron de 11 a 30 quintales y por otro lado una minoría perdieron de 41 a 60 quintales, lo que nos da una suma total de pérdidas en la organización del año actual de 2.069 quintales que en promedio para cada socio sería de 19, 33 quintales. La pérdida que obtienen por la cosecha del cacao es por los cambios climáticos, por enfermedades o plagas y por descuido de los mismos socios.

18.¿Conoce a que países se exporta su producto?

Tabla 23: Conoce los países de exportación de cacao

Detalle	N°	%
No	28	26%
Si	79	74%
Total	107	100%

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

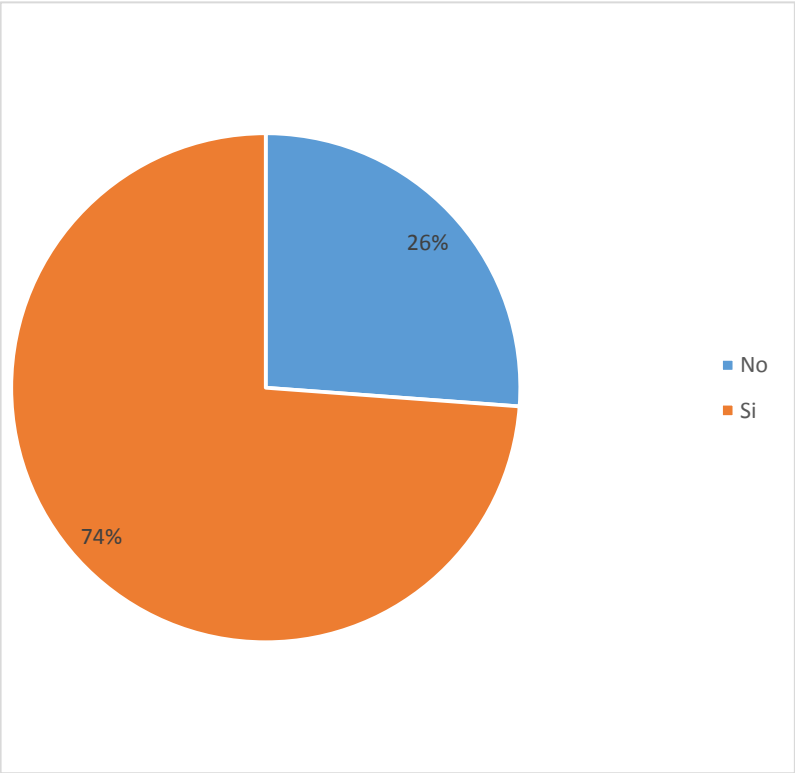


Gráfico 23-3: Conoce los países de exportación de cacao
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

Para la pregunta 18 procesando los datos de las 107 respuestas de los socios tuvimos que 79 personas que representan el 74% de la población conoce los principales destinos a los que se exporta el cacao, mientras que 28 personas que representan el 26% de la población manifestaron no conocer los países de destino. Lo que implica que si en su mayoría conocen hacia donde se exporta su producción, será más fácil la comercialización directa, pues sabrán a que países irán enfocados sus ventas.

Tabla 24-3: Países de Exportación

Países	N°	%
Alemania	38	48%
Estados Unidos	32	41%
Canadá	7	9%
Suiza	51	65%

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

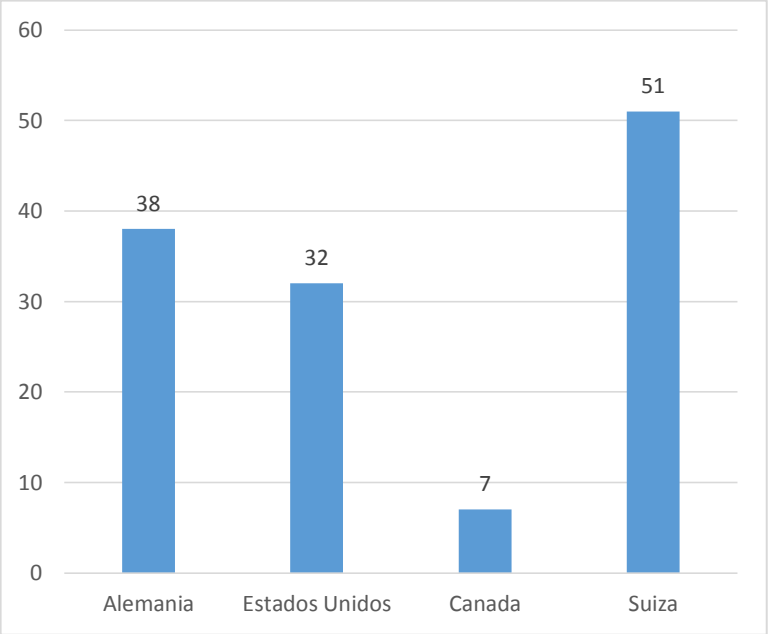


Gráfico 24-3: Países de Exportación
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

INTERPRETACIÓN

En complementación con la pregunta dieciocho se cuestionó cuáles eran los principales países que ellos conocían entre los cuales tuvimos varias respuestas dando a conocer sus principales demandantes de cacao en el exterior cómo son: Alemania, Estados Unidos, Canadá y Suiza. Siendo este último el país al cual la mayoría de socios conoce que se exporta su producto pues 51 personas que representan el 65% lo manifestaron, luego Alemania que lo manifestaron 38 personas que representan 48% de la población, Por consiguiente Estados Unidos con 32 personas qué representa el 41% de la población y finalmente Canadá que lo dijeron 7 personas que representa 9% de la población.

3.7 COMPROBACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER

La formulación del Plan de Negocios para la creación de un Centro de Acopio de Cacao en la ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA NUEVO URDANETA (ASOPRONUR), del cantón Urdaneta, Provincia de los Ríos mejorará la rentabilidad y la producción pues según el instrumento de cuestionario de encuesta empleado para la recolección de datos, nos muestra que el 84% de los socios están de acuerdo con la importancia de implementar un centro de acopio. Además es útil para el almacenamiento de cacao según la opinión de los socios en un 85% ya que según el estudio, la asociación produce diferentes tipos de grano como: el Nacional con 514 hectáreas de cultivo, CCN-51 con 540 hectáreas de cultivo y Ramilla con 8 hectáreas de cultivo, optando para este proyecto un crédito bancario en entidades financieras como BanEcuador o CFN, pues el propósito de este proyecto es proveer materia prima a empresas chocolateras y exportadoras de cacao en el Ecuador y como objetivo a largo plazo es exportar cacao a países extranjeros como Alemania, Estados Unidos, Canadá y Suiza.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS

4.1.1 *Análisis Situacional*

Fortalezas	Oportunidades
Conocimientos de producción agrícola mediante experiencia de campo.	Modelo de Producción Agrícola eficiente.
Producción de cacao de calidad.	Demanda Insatisfecha.
Productores asociados.	Leyes y reglamentos que brindan oportunidades a estos grupos económicos.
La asociación está legalmente constituida.	Ingreso libre al mercado nacional.
Características climáticas del sector óptimas para la producción.	Ubicación Geográfica Estratégica.
Venta total de la producción que genera la asociación bajo la certificación de comercio justo.	Demanda constante de producción.
Aceptación de los socios ante la tentativa de la creación de un centro de acopio.	Apertura de instituciones financieras como la CFN para la otorgación de créditos a estos emprendimientos.
Reconocimiento internacional del cacao ecuatoriano por su calidad.	Preferencia del cacao ecuatoriano por encima de otro.
Debilidades	**Amenazas**
Procesos de producción empíricos.	Cambios climáticos que afectan la producción
Falta de tecnología para el procesamiento.	Requerimientos que exigen las certificadoras.
Procesos administrativos empíricos.	Mal aprovechamiento de beneficios que brinda el estado.
Escasa especialización de su administración.	Entidades competidoras mejor organizadas.
Carencia de un manual estandarizado de proceso de producción.	Incumplimiento de las normas requeridas.
Carencia de un profesional experto en comercialización nacional.	Trámites y requisitos para la comercialización.
Carencia de un estudio técnico financiero que refleje la rentabilidad de la propuesta planteada.	Inaccesibilidad a créditos sin la justificación necesaria.
Comercialización a bajos precios.	Desconocimiento de leyes fiscales y tributarias.

4.1.2 *Tipo de empresa*

Partiendo desde la Constitución de la República del Ecuador que en su Art. 283 que reconoce que el sistema económico es social y solidario y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de condiciones que posibiliten el buen vivir y estará integrado por las formas de organización económica diversos incluyendo a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios. Además el Art. 319 de la Sección octava del Sistema financiero el Estado reconoce diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras a las, asociativas, alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional. También nos hablan en el Art. 337.- El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, trasformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica (Asamblea Nacional, 2008).

Por otro lado en la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria detalla que el sector asociativo en Ecuador son las unidades económicas productivas que producen, comercializan y consumen bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, bajo sus principios. En el art. 1, contempla a la Economía Popular y Solidaria como una forma de organización económica, allí sus integrantes organizan y desarrollan procesos de producción, comercialización, ente otros, para generar ingresos y cubrir necesidades, basadas en relaciones, cooperación y reciprocidad orientada al buen vivir (LEOPS, 2014).

Basados en todas estas leyes y reglamentos que tratan sobre las formas de organización económicas posibles y que son reconocidas por el estado para el estudio efectuado el tipo de organización es el asociativo.

4.1.3 *Accionistas*

"ASOPRONUR” cuenta con 107 productores del Recinto Potosí y sectores aledaños del Cantón Ricaurte de la Provincia de Los Ríos con el fin de producir y comercializar productos agrícolas trabajando en pro de un comercio justo y sostenible.

Domicilio, Responsabilidad y Duración: El domicilio principal de la Asociación está ubicado en el Cantón URDANETA, de la provincia de LOS RIOS; pudiendo ejercer su actividad en cualquier parte del territorio nacional, previa autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

La Asociación será de duración indefinida, y responsabilidad limitada a su capital social, por lo tanto, la responsabilidad de sus asociados está limitada al capital que aporten a la asociación.

Objeto Social: La Asociación tendrá como objeto social principal la producción y comercialización de productos agrícolas de la zona. Exportar en un largo plazo la producción de sus asociados preservando la soberanía alimentaria. Propender al mejoramiento social de sus miembros, mediante la comercialización de los productos desarrollados por ellos;

Asociados: Son miembros de la asociación, las personas naturales legalmente capaces, con actividades relacionadas con el objeto social establecido en el artículo 3 del presente Estatuto, aceptadas por la Junta Directiva, previo el cumplimiento de los requisitos y procedimientos específicos que constarán en el Reglamento Interno.

4.1.4 *La administración*

Tabla 1-4: Administración ASOPRONUR

Detalle	N°
Administrador	1
Presidente	1
Secretario	1
Vocales de Junta Directiva	6
Vocales de Junta de Vigilancia	6

Fuente: Anexo C: Registro de Directiva
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Según el Registro de Directivas de Organización de la Economía Popular y Solidaria registrado el 7 de Diciembre del 2017 en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria la Asociación de Producción Agrícola Nueva Urdaneta “ASOPRONUR” con

RUC: 1291756057001 con tara con una directiva en la cual habrá un administrador, un presidente, un secretario, seis vocales de la junta directiva los cuales estarán compuestos por tres principales y tres suplentes, y seis vocales de la junta de vigilancia los cuales estarán compuestos por tres principales y tres suplentes.

4.1.5 *Organigrama*

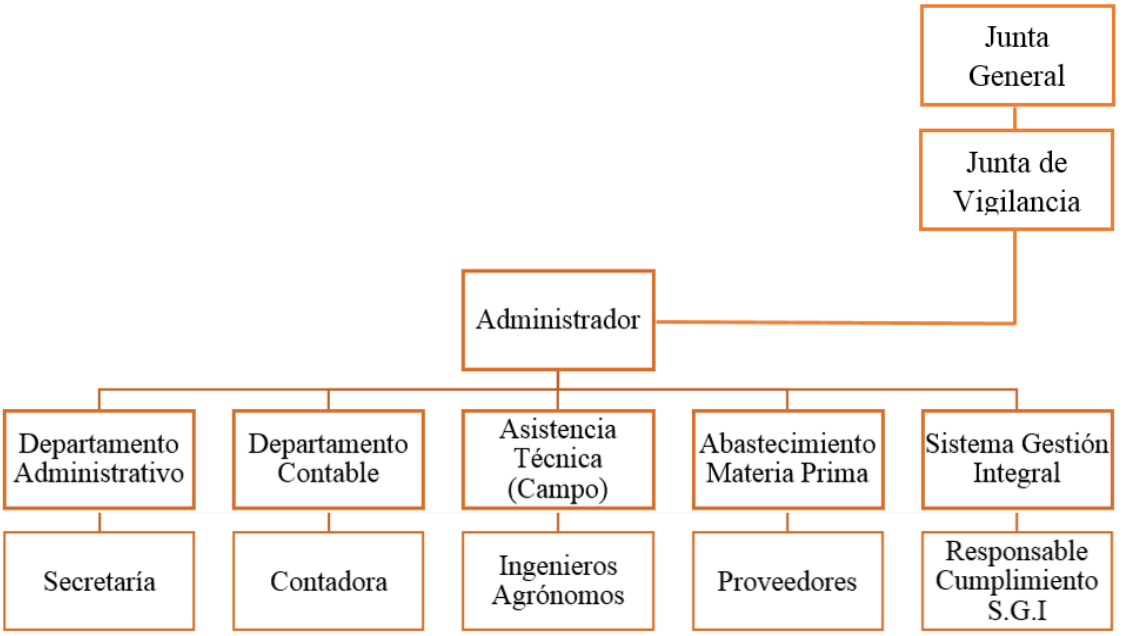


Gráfico 1-4: Organigrama Actual
Elaborado por: ASOPRONUR

Gráfico 2-4: **Organigrama Propuesto**
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tomando en cuenta el organigrama actual con el que contaba la asociación y los requerimientos en cuanto a personal para la implementación del Centro de Acopio para ASOPRONUR se reformulo el organigrama de forma que este contenga todos los cargos en función a las necesidad de la organización para su puesta en marcha.

4.1.6 *Distribución de funciones y responsabilidades*

En función al organigrama propuesto para el proyecto se implementos diferentes cargos los cuales se desarrollaran en el manual de funciones de la asociación detallando las actitudes, habilidades, requisitos y conocimientos que deben poseer el personal que ejerza el cargo.

Tabla 2-4: Perfil del puesto Junta General

1. Datos de identificación			
Institución:	ASOPRONUR		
Puesto:	Órgano de Gobierno	Unidad:	Junta General
Rol del puesto:	Gobernante	Código:	OG-ASOPRONUR-01.
Depende de:	Superintendencia EPS	Supervisa:	Junta Directiva

2. Misión del puesto

Representar al conjunto de asociados. Sus mandatos y acuerdos disponen a todos los miembros de la organización el cumplimiento de los mismos conforme de los estatutos y demás disposiciones legales.

3. Actividades del puesto

Actividades del puesto	F	CO	CM	Total
Aprobar y reformar el Estatuto Social, el reglamento interno.	1	4	1	5
Elegir y remover a los miembros de las Juntas Directiva y de Vigilancia y al Administrador, con el voto secreto de más de la mitad de sus integrantes;	3	5	2	17
Fijar las cuotas de admisión, ordinarias y extraordinarias que tendrán el carácter de no reembolsarlas;	2	5	4	14
Resolver las apelaciones presentadas por los asociados sancionados por la Junta Directiva;	5	5	5	30
Aprobar los estados financieros y el balance social de la asociación;	4	5	4	24
Aprobar o rechazar los informes de la Junta Directiva, Junta de Vigilancia y Administrador;	4	4	3	19
Aprobar el plan estratégico y el plan operativo anual, con sus presupuestos, presentados por la Junta Directiva.	2	4	3	11
Resolver la transformación, fusión, disolución y liquidación, de la asociación en Junta General extraordinaria con el voto de las dos terceras partes de los asociados.	1	5	5	30
Convocar a sesión ordinaria cuando menos, una vez al año y, extraordinariamente cuantas veces sea necesaria.	2	5	2	12

Dónde: F = Frecuencia de actividad
CO = Consecuencias por omisión de la actividad
CM = Complejidad de la actividad

4. Conocimientos requeridos

Actividades esenciales	Conocimientos
Liderazgo de la organización	Liderazgo participativo , Ley orgánica de participación ciudadana
Toma de decisiones para el cumplimiento de los órganos: Directivo, de Control, Administrativo y a la totalidad de sus integrantes.	Principios Administrativos, Sistemas Organizacionales.
Representar al conjunto de sus asociados.	Procedimiento Parlamentario
Ejecutar las acciones de la asamblea	Conocer los estatutos y Leyes conexas.

conforme con los estatutos y demás disposiciones legales.	
5. Instrucción formal requerida a	
Nivel de instrucción formal:	Segundo Nivel
Número de años de estudio, diplomas o títulos requeridos	Título de Bachiller de preferencia con conocimientos de Liderazgo y Administración.
Área de Conocimientos formales	Bachillerato General
6. Experiencia laboral requerida	
Años de experiencia	Puesto
2	Presidente o miembro de organizaciones de desarrollo social y productivo.

7. Requerimientos de participación y capacitación		
Conocimientos/destrezas	**Requerimientos de participación**	**Requerimientos de capacitación**
Conocimientos		
Legislación	X	X
Normativa de Organismos de Control y Gubernamentales	X	X
Gestión de Liderazgo Participativo	X	X
Fortalecimiento organizativo	X	X
Instrucción formal		
Título de primer nivel al menos dejando abierto la oportunidad para todos quienes hayan participado al menos por el lapso de dos años en la organización.	X	
Contenido de la experiencia		
Trabajo Comunitario y Organizativo en asociatividad.	X	
Competencias técnicas específicas		
Monitoreo y Toma de decisiones en el ámbito de su competencia	X	
Percepción de sistemas y entorno		X
Expresión oral	X	X
Identificación de problemas	X	
Competencias conductuales generales		
Trabajo en Equipo	X	
Orientación a los resultados		X
Conocimiento del entorno organizacional	X	X

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 3-4: Perfil del puesto Junta Directiva

1. Datos de identificación			
Institución:	ASOPRONUR		
Puesto:	Órgano Directivo	Unidad:	Junta Directiva
Rol del puesto:	Gobernante	Código:	OD-ASOPRONUR-01.
Depende de:	Asamblea General	Supervisa:	Administrador

2. Misión del puesto
Atender el mandato de la máxima autoridad y la responsabilidad de la gestión empresarial.

3. Actividades del puesto				
Actividades del puesto	F	CO	CM	Total
Dictar las normas de funcionamiento y operación de la asociación.	1	4	1	5
Aceptar o rechazar las solicitudes de ingresos o retiros de asociados.	4	4	2	18
Autorizar la celebración de contratos en los que intervenga la asociación, hasta por el 30% del presupuesto anual.	2	5	3	13
Seleccionar a los asociados de acuerdo con las causas y el procedimiento establecido en el régimen interno.	3	4	4	16
Aprobar los programas de educación, capacitación y bienestar social de la asociación, con sus respectivos presupuestos.	4	4	4	20
Presentar para aprobación de la Junta General, los estatutos financieros, balance social y su informe de labores.	3	5	4	19
Elaborar el proyecto de reformas el estatuto y someterlo a consideración y aprobación de la junta general.	2	4	4	12

Dónde: F = Frecuencia de actividad
CO = Consecuencias por omisión de la actividad
CM = Complejidad de la actividad

4. Conocimientos requeridos	
Actividades esenciales	Conocimientos
Responsables de la dirección de la empresa ante la Junta General.	Administración y sistemas Organizacionales.
Defender los intereses de la empresa y de la economía popular y solidaria.	Fundamentos de la Economía Social y Solidaria, Administración, LOEPS y más Leyes Conexas.
Promover el desarrollo y mejoramiento de la empresa.	Instrucción Formal, Administración, Finanzas.
Extender los servicios al mayor número de asociados.	Liderazgo.

Mantener un alto grado de ética en el tratamiento de los asuntos internos.	Ética Profesional.	
5. Instrucción formal requerida a		
Nivel de instrucción formal:	Segundo Nivel	
Número de años de estudio, diplomas o títulos requeridos	Título de Bachiller de preferencia con conocimientos de Liderazgo y Administración.	
Área de Conocimientos formales	Bachillerato General	
6. Experiencia laboral requerida		
Años de experiencia	Puesto	
2	Dirigencia	
7. Requerimientos de participación y capacitación		
Conocimientos/destrezas	**Requerimientos de participación**	**Requerimientos de capacitación**
Conocimientos		
Legislación	X	X
Normativa de Organismos de Control y Gubernamentales	X	X
Gestión Estratégica.	X	X
Gestión de Talento Humano	X	X
Gestión de Liderazgo Participativo	X	X
Fortalecimiento organizativo	X	X
Instrucción formal		
Título de Bachillerato en Ciencias Generales.	X	
Dirigencia	X	
Monitoreo y Control	X	
Percepción de sistemas y entorno.		X
Expresión oral	X	X
Identificación de problemas	X	X
Competencias conductuales generales		
Trabajo en Equipo	X	
Orientación a los resultados		X
Conocimiento del entorno organizacional	X	X

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 4-4: Perfil del puesto Junta de Vigilancia

1. Datos de identificación			
Institución:	ASOPRONUR		
Puesto:	Órgano de Vigilancia	Unidad:	Junta Vigilancia
Rol del puesto:	Gobernante	Código:	OV-ASOPRONUR-01.
Depende de:	Junta General	Supervisa:	Administrador

2. Misión del puesto
Actuar en ausencia de la asamblea general durante todo el ejercicio económico, y tiene por función básica servir de órgano receptor de inquietudes, quejas y reclamaciones para analizarlos y actuar en garantía de los intereses de los asociados. También actúan en relación con el propósito, el objeto social, las actividades y servicios.

3. Actividades del puesto

Actividades del puesto	F	CO	CM	Total
Supervisar los gastos económicos que realice la asociación;	3	5	3	18
Vigilar que la contabilidad se encuentre al día y debidamente sustentada;	4	5	3	23
Conocer el informe administrativo, los estados financieros y el balance social presentados por el administrador; y,	5	5	2	22
Presentar su informe anual de labores a la Junta General.	3	4	3	15

Dónde: F = Frecuencia de actividad
CO = Consecuencias por omisión de la actividad
CM = Complejidad de la actividad

4. Conocimientos requeridos

Actividades esenciales	Conocimientos
Monitorear lo que la empresa realiza para obtener el cumplimiento de su objeto social.	Procedimiento parlamentario
Controla las causas y efectos entre las actividades y el objeto social de la empresa.	Procesos Administrativos
Vigilara que los servicios que ofrece la empresa para los asociados se den adecuadamente en cantidad, calidad y costos; que se distribuyan en forma equitativa y no mediante privilegios.	Principios éticos
Que los derechos de ingreso y retiro a la empresa se hagan adecuadamente y se respeten los órganos que tienen a su cargo decidir sobre ellos.	Estatutos, reglamentos, manual de funcionamiento y estructura orgánica funcional de la empresa.
Que los derechos y procedimientos de elección permitan la participación real de los asociados.	Estatutos, reglamento de elecciones de la empresa y procedimientos parlamentarios.
Que los excedentes sean bien aplacados de acuerdo a la ley y los principios de equidad.	LOEPS

5. Instrucción formal requerida a		
Nivel de instrucción formal:	Nivel Bachiller	
Número de años de estudio, diplomas o títulos requeridos	Bachiller; 3 años Procedimiento parlamentario Contabilidad Administración	
Área de Conocimientos formales	Técnico en administración.	
6. Experiencia laboral requerida		
Años de experiencia	Puesto	
3	Veeduría Social, Gerencia Social	
7. Requerimientos de participación y capacitación		
Conocimientos/destrezas	**Requerimientos de participación**	**Requerimientos de capacitación**
Conocimientos		
Procedimiento parlamentario		X
Procesos Administrativos		X
Principios éticos	X	X
Estatutos, reglamentos, manual de funcionamiento y estructura orgánica funcional de la empresa.	X	X
LOEPS		X
Reglamento de elecciones de la empresa		X
Instrucción formal		
Nivel medio, bachiller 3 años, Bachillerato General	X	
Contenido de la experiencia		
Veeduría Social, Gerencia Social	X	
Competencias técnicas específicas		
Monitoreo y Control	X	
Percepción de sistemas y entorno	X	X
Expresión oral	X	
Identificación de problemas	X	
Competencias conductuales generales		
Trabajo en Equipo	X	
Orientación a los resultados		X
Conocimiento del entorno organizacional	X	X

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 5-4: Perfil del puesto Administrador

1. Datos de identificación			
Institución:	ASOPRONUR		
Puesto:	Administrador	Unidad:	Administración
Rol del puesto:	Administrativo	Código:	1918200000101
Depende de:	Presidente	Supervisa:	Todos los Cargos

2. Misión del puesto
Liderar la Gestión Administrativa y Financiera de la Institución

3. Actividades del puesto				
Actividades del puesto	F	CO	CM	Total
Representar legalmente a la asociación;	5	5	4	29
Cumplir y hacer cumplir a los asociados, las disposiciones emitidas por la Junta General y Directiva;	4	5	3	23
Administrar la Asociación, ejecutando las políticas, planes, proyectos y presupuestos debidamente aprobados; y,	5	5	3	28
Presentar el informe administrativo, los estados financieros y el balance social para conocimiento de la Junta de Vigilancia y aprobación de la Junta General.	3	4	3	15
Dónde: F = Frecuencia de actividad CO = Consecuencias por omisión de la actividad CM = Complejidad de la actividad				

4. Conocimientos requeridos	
Actividades esenciales	Conocimientos
Administrar y controlar los procesos de la empresa.	Administración Agroindustrial.
Asistir a las distintas actividades generadas o en representación de la organización.	Ley de Compañías, Proyectos Agropecuarios.
Cumplir y hacer la normativa interna de la organización.	Instrucción Formal, SEPS
Determinar los perfiles y requerimientos de cada cargo	Código de trabajo.

5. Instrucción formal requerida a	
Nivel de instrucción formal:	Nivel Superior
Número de años de estudio, diplomas o títulos requeridos	Título de tercer nivel en Administración de Empresas o ciencias afines, 5 años.
Área de Conocimientos formales	Ingeniería Administración de Empresas o ciencias afines..

6. Experiencia laboral requerida	
Años de experiencia	Puesto
2	Gerente o subgerente en empresas agroindustriales.

7. Requerimientos de participación y capacitación		
Conocimientos/destrezas	**Requerimientos de participación**	**Requerimientos de capacitación**
Agroindustria	X	X
Legislación	X	X
Normativa de Organismos de Control y Gubernamentales	X	X
Gestión Estratégica	X	X
Gestión de Talento Humano	X	X
Instrucción formal		
Título de tercer Nivel en administración de empresas, o afines.	X	
Contenido de la experiencia		
Gerente o Subgerente	X	
Competencias técnicas específicas		
Monitoreo y Control	X	
Percepción de sistemas y entorno		X
Expresión oral	X	
Identificación de riesgos y definición de métodos para mitigarlos o extinguirlos.	X	X
Competencias conductuales generales		
Trabajo en Equipo	X	
Orientación a los resultados	X	
Conocimiento del entorno organizacional	X	X

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 6-4: Perfil del puesto Secretaria

1. Datos de identificación			
Institución:	ASOPRONUR		
Puesto:	Secretaria	Unidad:	Unidad Administrativa
Rol del puesto:	Administrativo	Código:	1910000000024.
Depende de:	Administrador	Supervisa:	

2. Misión del puesto

Colaborar con el Gerente General en el área administrativa, es la persona encargada de la documentación de la empresa y de la atención del público.

3. Actividades del puesto

Actividades del puesto	F	CO	CM	Total
Elaborar las actas de las sesiones de Junta General y Junta Directiva, responsabilizándose por su contenido y conservación;	5	5	3	28
Firmar, conjuntamente con el presidente, la documentación de la asociación y las actas de las sesiones;	3	5	2	17
Certificar y dar fe de la veracidad de los actos, resoluciones y de los documentos institucionales, previa autorización del presidente;	5	5	1	26
Cumplir las obligaciones relacionadas con la recepción, conocimiento y despacho de la correspondencia de la asociación;	4	4	3	18
Custodiar y conservar ordenadamente el archivo;	4	3	3	15
Entregar a los asociados, previa autorización del presidente, la información que esté a su cargo y que le sea requerida;	2	4	3	11
Notificar las resoluciones.	4	4	3	19
Llevar el registro actualizado de la nómina de asociados, con sus datos personales.	5	2	2	12

Dónde: F = Frecuencia de actividad
CO = Consecuencias por omisión de la actividad
CM = Complejidad de la actividad

4. Conocimientos requeridos

Actividades esenciales	Conocimientos
Llevar la agenda del Gerente General y apoyar en la documentación de la empresa.	Mecanografía.
Preparar y ordenar la documentación e información relacionada con el pago de impuestos	Tributación

5. Instrucción formal requerida a		
Nivel de instrucción formal:	Nivel Superior	
Número de años de estudio, diplomas o títulos requeridos	Licenciada en Secretaria gerencial.	
Área de Conocimientos formales	3 años	
6. Experiencia laboral requerida		
Años de experiencia	Puesto	
1	Secretara	
7. Requerimientos de participación y capacitación		
Conocimientos/destrezas	**Requerimientos de participación**	**Requerimientos de capacitación**
Conocimientos		
Orientación a la eficiencia	X	X
Capacidad para realizar trabajo en equipo.	X	X
Confianza en sí mismo(a)	X	X
Orientación al cliente.	X	X
Comunicación efectiva.	X	X
Combate y Prevención de incendios	X	X
Desarrollo Humano	X	
Instrucción Formal	X	
Nivel medio, bachiller 2 años, Licenciada en Secretaria gerencial.	X	
Contenido de la experiencia		
Secretaria	X	
Competencias técnicas específicas		
Monitoreo y Control	X	
Percepción de sistemas y entorno		X
Expresión oral y escrita.	X	
Identificación de problemas	X	
Competencias conductuales generales		

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 7-4: Perfil del puesto Contador

1. Datos de identificación			
Institución:	ASOPRONUR		
Puesto:	Contador	Unidad:	Área Contable
Rol del puesto:	Administrativo	Código:	1910000000012
Depende de:	Administrador	Supervisa:	

2. Misión del puesto
Ser responsable de la información financiera de la organización para la adecuada toma de decisiones**.**

3. Actividades del puesto				
Actividades del puesto	F	CO	CM	Total
Elaborar el plan tributario y el cumplimiento de las obligaciones de la institución	5	5	2	15
Estandarizar y supervisar los procesos contables, para proporcionar información contable y financiera, que muestre los resultados de la empresa.	5	4	2	13
Coordinar y revisar la determinación oportuna de saldos para su inclusión en las declaraciones del IVA.	4	5	2	14
Definir los sistemas, procesos, registros y estados contables para el análisis e interpretación de la situación financiera y contable de la empresa, así como la elaboración de informes y reportes correspondientes.	5	4	2	13
Asegurar el cumplimiento de las Obligaciones financieras del Organismo y sus procesos a través de una óptima administración de los recursos.	5	5	3	20
Implementar y mantener los sistemas y procedimientos para el pago de remuneraciones y salarios y otorgamiento de prestaciones, control de altas y bajas, jubilaciones, sanciones, liquidaciones y jornadas de trabajo de los empleados de la empresa.	3	5	3	18
Llevar a cabo estudios de mercado para definir nuevos proveedores de servicios.	3	5	2	13

Dónde: F = Frecuencia de actividad
CO = Consecuencias por omisión de la actividad
CM = Complejidad de la actividad

4. Conocimientos requeridos	
Actividades esenciales	Conocimientos
Elaborar el plan tributario y el cumplimiento de las obligaciones de la Institución.	Contabilidad y Tributación
Definir los sistemas, procesos, registros y estados contables para el análisis e interpretación de la situación financiera	Contabilidad

y contable de la empresa.	
Asegurar el cumplimiento de las Obligaciones financieras del Organismo y sus procesos a través de una óptima administración de los recursos.	Ley de Régimen Tributación
5. Instrucción formal requerida a	
Nivel de instrucción formal:	Nivel Superior
Número de años de estudio, diplomas o títulos requeridos	Contador Público Autorizado;
Área de Conocimientos formales	6 años
6. Experiencia laboral requerida	
Años de experiencia	Puesto
3	Contador

7. Requerimientos de participación y capacitación		
Conocimientos/destrezas	**Requerimientos de participación**	**Requerimientos de capacitación**
Conocimientos		
Procesos Contables	X	X
Plan de Tributación	X	X
Manejos de Sistemas Contables	X	X
Excel Avanzado	X	X
Instrucción formal		
Nivel Superior, 3 años, Contador Público Autorizado.	X	
Contenido de la experiencia		
Contador o Auxiliar de contabilidad	X	
Competencias técnicas específicas		
Monitoreo y Control	X	
Percepción de sistemas y entorno		X
Expresión oral	X	
Identificación de problemas	X	
Competencias conductuales generales		
Trabajo en Equipo	X	
Orientación a los resultados	X	
Conocimiento del entorno organizacional	X	X

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 8-4: Perfil del puesto Asesor Comercial

1. Datos de identificación			
Institución:	ASOPRONUR		
Puesto:	Asesor Comercial	Unidad:	Área Ventas
Rol del puesto:	Administrativo	Código:	1910000000013
Depende de:	Administrador	Supervisa:	

2. Misión del puesto

Gestionar documentación del proceso de ventas de la producción de cacao según las normas ecuatorianas y otros organismos de control, atreves del buen servicio al cliente, satisfaciendo las necesidades de los socios como de los clientes.

3. Actividades del puesto

Actividades del puesto	F	CO	CM	Total
Examina y controla el estado de comercialización.	5	3	3	18
Realizar investigaciones acerca del mercado cacaotero en el país.	5	5	3	28
Realiza informes comerciales.	3	3	5	14
Captar nuevos clientes y acercándonos a nuevos mercados.	3	4	3	15
Y otras encomendadas del inmediato superior.	5	3	3	18

Dónde: F = Frecuencia de actividad
CO = Consecuencias por omisión de la actividad
CM = Complejidad de la actividad

4. Conocimientos requeridos

Actividades esenciales	Conocimientos
Gestionar la comercialización del producto.	Especialización en atención al cliente.
Mantener una comunicación eficiente con los socios y los clientes.	Ingeniería Comercial.
Archivos físicos y digitales de documentación al día	Administración de Empresas.

5. Instrucción formal requerida a

Nivel de instrucción formal:	Nivel Superior

Número de años de estudio, diplomas o títulos requeridos	Ingeniería Comercial o carreras afines.	
Área de Conocimientos formales	6 años	
6. Experiencia laboral requerida		
Años de experiencia	Puesto	
3	Asesor Comercial	
7. Requerimientos de participación y capacitación		
Conocimientos/destrezas	**Requerimientos de participación**	**Requerimientos de capacitación**
Administración	X	X
Proceso de ventas		X
Actitud proactiva		X
Empatía	X	X
Excel Avanzado	X	X
Ingles Avanzado	X	X
Instrucción formal		X
Nivel Superior, 3 años, Ingeniería Comercial o afines.	X	X
Competencias técnicas específicas		
Monitoreo y Control	X	X
Expresión oral	X	X
Identificación de problemas	X	
Competencias conductuales generales		
Trabajo en Equipo	X	
Orientación a los resultados	X	

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 9-4: Perfil del puesto Jefe técnico de campo

1. Datos de identificación			
Institución:	ASOPRONUR		
Puesto:	Jefe técnico de campo	Unidad:	Área Productiva
Rol del puesto:	Administrativo	Código:	1910000000014
Depende de:	Administrador	Supervisa:	

2. Misión del puesto
Realizar las actividades relacionadas con la producción de la materia prima de acuerdo con las necesidades de la empresa; cumplir con las actividades administrativas y de registro relacionadas con el puesto. Generar procesos de capacitación y de investigación para la generación de nuevos procesos de producción agrícola.

3. Actividades del puesto

Actividades del puesto	F	CO	CM	Total
Instruir y capacitar a los socios sobre los procesos de producción de los productos de la organización para que realicen bien su labor.	3	4	3	15
Coordinar las actividades de producción agrícola de la asociación.	5	5	3	20
Supervisar y actualizar los procesos de producción de la materia prima.	4	5	2	14
Presentar informes sobre los procesos de producción.	3	5	2	13
Controlar y verificar los cultivos de la asociación.	5	4	3	17
Participar y promover proyectos para la elaboración de nuevos procesos productivos.	4	4	3	16

Dónde: F = Frecuencia de actividad
CO = Consecuencias por omisión de la actividad
CM = Complejidad de la actividad

4. Conocimientos requeridos

Actividades esenciales	Conocimientos
Verificación de los procesos de producción de la materia prima.	Agroindustria
Controlar y verificar la calidad de la materia prima.	Gestión de calidad

5. Instrucción formal requerida a

Nivel de instrucción formal:	Nivel Superior
Número de años de estudio, diplomas o	Ingeniero en Agronomía

títulos requeridos	5 años	
Área de Conocimientos formales	Ingeniero en Agronomía	
6. Experiencia laboral requerida		
Años de experiencia	Puesto	
3	Jefe Técnico de Campo	
7. Requerimientos de participación y capacitación		
Conocimientos/destrezas	**Requerimientos de participación**	**Requerimientos de capacitación**
Conocimientos		
Orientación a la eficiencia	X	X
Capacidad para realizar trabajo en equipo.	X	X
Confianza en sí mismo(a)	X	X
Orientación al cliente.	X	X
Comunicación efectiva.	X	X
Participar y promover proyectos para la elaboración de nuevos productos.	X	X
Desarrollo Humano	X	
Instrucción Formal	X	
Nivel superior, 5 años, Ingeniero en Agronomía	X	
Contenido de la experiencia		
Jefe de Campo	X	
Competencias técnicas específicas		
Monitoreo y Control	X	
Percepción de sistemas y entorno		X
Expresión oral	X	
Identificación de problemas	X	
Competencias conductuales generales		

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 10-4: Perfil del puesto Jefe de operaciones

1. Datos de identificación			
Institución:	ASOPRONUR		
Puesto:	Jefe de Operaciones	Unidad:	Área Productiva
Rol del puesto:	Administrativo	Código:	1910000000015
Depende de:		Supervisa:	Asistente Técnico de Gestión Integral.

2. Misión del puesto
Es el responsable de todas las actividades del proceso productivo dentro de la planta procesadora, de acuerdo con las criterios generados por gerencia. Dirige, controla y apoya a la estructura humana y técnica implicada en el proceso de producción.

3. Actividades del puesto

Actividades del puesto	F	CO	CM	Total
Instruir y capacitar a los obreros sobre los procesos de producción de la organización para que realicen bien su labor.	3	4	3	15
Coordinar las actividades de producción.	5	5	3	20
Supervisar y actualizar los procesos de producción a fin de mantenerlos operativos.	4	5	2	14
Presentar informes sobre los procesos de producción.	3	5	2	13
Controlar y verificar las instalaciones físicas de la bodega.	5	4	3	17
Participar y promover proyectos para la elaboración de nuevos productos.	4	4	3	16
Realizar y controlar la contratación del mantenimiento de la maquinaria.	4	4	2	12

Dónde: F = Frecuencia de actividad
CO = Consecuencias por omisión de la actividad
CM = Complejidad de la actividad

4. Conocimientos requeridos

Actividades esenciales	Conocimientos
Verificación de los procesos de producción.	Agroindustria
Controlar y verificar las instalaciones físicas de la bodega.	Contabilidad
Participar y promover proyectos para la elaboración de nuevos productos.	Gestión de Proyectos

5. Instrucción formal requerida a	
Nivel de instrucción formal:	Nivel Superior
Número de años de estudio, diplomas o títulos requeridos	Ingeniero en Agronomía 5 años
Área de Conocimientos formales	Ingeniero en Agroindustria

6. Experiencia laboral requerida	
Años de experiencia	Puesto
3	Jefe de Operaciones

7. Requerimientos de participación y capacitación		
Conocimientos/destrezas	**Requerimientos de participación**	**Requerimientos de capacitación**
Conocimientos		
Orientación a la eficiencia	X	X
Capacidad para realizar trabajo en equipo.	X	X
Confianza en sí mismo(a)	X	X
Orientación al cliente.	X	X
Comunicación efectiva.	X	X
Participar y promover proyectos para la elaboración de nuevos productos.	X	X
Desarrollo Humano	X	
Instrucción Formal	X	
Nivel superior, 5 años, Ingeniero en Agroindustria	X	
Contenido de la experiencia		
Técnico de planta o técnico de Planta.	X	
Competencias técnicas específicas		
Monitoreo y Control	X	
Percepción de sistemas y entorno		X
Expresión oral	X	
Identificación de problemas	X	
Competencias conductuales generales		

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 11-4: Perfil del puesto Asistente Técnico de Gestión Integral

1. Datos de identificación			
Institución:	ASOPRONUR		
Puesto:	Asistente Técnico de Gestión Integral	Unidad:	Área Productiva
Rol del puesto:	Gestión de Calidad	Código:	1910000000151
Depende de:	Jefe de Operaciones	Supervisa:	Pesador, Operador de Maquinaria.

2. Misión del puesto
Asegurar el cumplimiento de los estándares del sistema de calidad integral, a través de la mejora continua y del mejoramiento de los procesos que se encuentren dentro del alcance establecido.

3. Actividades del puesto

Actividades del puesto	F	CO	CM	Total
Diseñar el sistema de calidad integral para la producción	2	4	5	15
Diseñar de la planificación trimestral de producción	3	5	4	19
Ajustar la producción hacia el cumplimiento de los estándares de calidad	4	4	3	19
Seguimiento técnico del proceso productivo	5	5	3	28
Identificación de problemas o inconvenientes en el proceso productivo.	4	5	2	22
Mejoras y reajustes para la resolución de problema de calidad	2	5	5	15

Dónde: F = Frecuencia de actividad
CO = Consecuencias por omisión de la actividad
CM = Complejidad de la actividad

4. Conocimientos requeridos

Actividades esenciales	Conocimientos
Seguimiento técnico de calidad del proceso productivo.	Agroindustria, Gestión de calidad.
Identificación de problemas de calidad en la producción.	Gestión de calidad

5. Instrucción formal requerida a

Nivel de instrucción formal:	Tercer Nivel
Número de años de estudio, diplomas o títulos requeridos	Ingeniero Industrial

Área de Conocimientos formales	6	
6. Experiencia laboral requerida		
Años de experiencia	Puesto	
2	Asistente Técnico de Gestión Integral	
7. Requerimientos de participación y capacitación		
Conocimientos/destrezas	**Requerimientos de participación**	**Requerimientos de capacitación**
Conocimientos		
Sistemas de Gestión de Calidad	X	X
Programas de Seguridad, Salud y Protección ambiental	X	X
Conocimiento e interpretación de la norma de calidad		X
Conocimiento de las Herramientas Estadísticas para la Calidad		X
Orientación a la eficiencia	X	X
Orientación al cliente	X	X
Comunicación efectiva	X	X
Instrucción Formal		X
Nivel superior, 5 años, Ingeniero Industrial		X
Manejo Windows y Ofimática	X	
Desarrollo de Diagramas de Flujo y Mapeo de Procesos.	X	
Competencias técnicas específicas		
Monitoreo y Control	X	X
Percepción de sistemas y entorno	X	
Expresión oral	X	
Identificación de problemas	X	
Competencias conductuales generales	X	X

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 12-4: Perfil del puesto Operador de Maquinaria

1. Datos de identificación			
Institución:	ASOPRONUR		
Puesto:	Operador de Maquinaria	Unidad:	Área Productiva
Rol del puesto:	Producción	Código:	19100000000153
Depende de:	Asistente Técnico de Gestión Integral.	Supervisa:	

2. Misión del puesto
Ser responsable de operar las maquinarias de producción de la empresa.

3. Actividades del puesto				
Actividades del puesto	F	CO	CM	Total
Realizar el mantenimiento preventivo y correctivo de la maquinaria.	4	5	2	14
Encargado de manejar la maquinaria y reportar daños de inmediato.	5	5	3	20
Seguir la línea de producción con la finalidad de cumplir las órdenes de producción.	5	4	2	13
Apoyar en otras actividades requerida en el departamento de producción.	4	5	2	14

Dónde: F = Frecuencia de actividad
CO = Consecuencias por omisión de la actividad
CM = Complejidad de la actividad

4. Conocimientos requeridos	
Actividades esenciales	Conocimientos
Realizar el mantenimiento preventivo y correctivo de la maquinaria.	Agro producción

5. Instrucción formal requerida a	
Nivel de instrucción formal:	Nivel Superior
Número de años de estudio, diplomas o títulos requeridos	Bachiller; 3 años
Área de Conocimientos formales	Bachillerato técnico en agro producción

6. Experiencia laboral requerida	
Años de experiencia	Puesto
1	Operador de Maquinaria

7. Requerimientos de participación y capacitación		
Conocimientos/destrezas	**Requerimientos de participación**	**Requerimientos de capacitación**
Conocimientos		
Orientación a la eficiencia	X	X
Capacidad para realizar trabajo en equipo.	X	X
Confianza en sí mismo(a)	X	X
Orientación al cliente.	X	X
Comunicación efectiva.	X	X
Desarrollo Humano	X	
Instrucción Formal	X	
Instrucción formal		
Nivel medio, bachiller 3 años, Bachillerato Técnico Agroindustrial.	X	
Contenido de la experiencia		
Operador de maquinaria	X	
Competencias técnicas específicas		
Monitoreo y Control	X	
Identificación de problemas	X	
Competencias conductuales generales		
Trabajo en Equipo	X	
Orientación a los resultados	X	

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.1.7 *Gobierno Corporativo*

4.1.7.1 *Atribuciones y deberes de la Junta General:*

- Aprobar y reformar el Estatuto Social y el Reglamento Interno;
- Elegir y remover a los miembros de las Juntas Directiva y de Vigilancia y al Administrador, con el voto secreto de más de la mitad de sus integrantes;
- Fijar las cuotas de admisión, ordinarias y extraordinarias que tendrán el carácter de no reembolsables;
- Resolver las apelaciones presentadas por los asociados sancionados por la Junta Directiva;
- Aprobar los estados financieros y el balance social de la Asociación;
- Aprobar o rechazar los informes de la Junta Directiva, Junta de Vigilancia y
- Administrador;
- Aprobar el plan estratégico y el plan operativo anual, con sus presupuestos, presentados por la Junta Directiva; y,
- Resolver la transformación, fusión, disolución y liquidación, de la asociación en Junta General extraordinaria con el voto de las dos terceras partes de los asociados.

4.1.7.2 *Atribuciones y deberes de la Junta Directiva*

- Dictar las normas de funcionamiento y operación de la asociación;
- Aceptar o rechazar las solicitudes de ingreso o retiro de asociados;
- Autorizar la celebración de contratos en los que intervenga la asociación, hasta por el 30% del presupuesto anual;
- Sancionar a los asociados de acuerdo con las causas y el procedimiento establecidos en el Reglamento Interno;
- Aprobar los programas de educación, capacitación y bienestar social de la asociación, con sus respectivos presupuestos;
- Presentar, para aprobación de la Junta General, los estados financieros, balance social y su informe de labores; y,
- Elaborar el proyecto de reformas al estatuto y someterlo a consideración y aprobación de la Junta General.

4.1.7.3 *Atribuciones y deberes de la Junta de Vigilancia*

- Supervisar los gastos económicos que realice la asociación;
- Vigilar que la contabilidad se encuentre al día y debidamente sustentada;
- Conocer el informe administrativo, los estados financieros y el balance social presentados por el administrador; y,
- Presentar su informe anual de labores a la Junta General.

4.1.7.4 *Atribuciones y deberes del Administrador*

- Representar legalmente a la asociación;
- Cumplir y hacer cumplir a los asociados, las disposiciones emitidas por las Juntas General y Directiva;
- Administrar la asociación, ejecutando las políticas, planes, proyectos y presupuestos debidamente aprobados; y,
- Presentar el informe administrativo, los estados financieros y el balance social para conocimiento de la Junta de Vigilancia y aprobación de la Junta General.

4.1.7.5 *Atribuciones y deberes del Secretario/a*

- Elaborar las actas de las sesiones de Junta General y Junta Directiva, responsabilizándose por su contenido y conservación;
- Firmar, conjuntamente con el presidente, la documentación de la asociación y las actas de las sesiones;
- Certificar y dar fe de la veracidad de los actos, resoluciones y de los documentos institucionales, previa autorización del presidente;
- Cumplir las obligaciones relacionadas con la recepción, conocimiento y despacho de la correspondencia de la asociación;
- Custodiar y conservar ordenadamente el archivo;
- Entregar a los asociados, previa autorización del presidente, la información que esté a su cargo y que le sea requerida;
- Notificar las resoluciones; y,
- Llevar el registro actualizado de la nómina de asociados, con sus datos personales.

4.1.7.6 *Atribuciones y deberes del Contador/a*

- Elaborar el plan tributario y el cumplimiento de las obligaciones de la institución
- Estandarizar y supervisar los procesos contables, para proporcionar información contable y financiera, que muestre los resultados de la empresa.
- Coordinar y revisar la determinación oportuna de saldos para su inclusión en las declaraciones del IVA.
- Definir los sistemas, procesos, registros y estados contables para el análisis e interpretación de la situación financiera y contable de la empresa, así como la elaboración de informes y reportes correspondientes.
- Asegurar el cumplimiento de las obligaciones financieras del organismo y sus procesos a través de una óptima administración de los recursos.
- Implementar y mantener los sistemas y procedimientos para el pago de remuneraciones y salarios y otorgamiento de prestaciones, control de altas y bajas, jubilaciones, sanciones, liquidaciones y jornadas de trabajo de los empleados de la empresa.
- Llevar a cabo estudios de mercado para definir nuevos proveedores de servicios.

4.1.7.7 *Atribuciones y deberes del Asesor Comercial*

- Examina y controla el estado de comercialización.
- Realizar investigaciones acerca del mercado cacaotero en el país.
- Realiza informes comerciales.
- Captar nuevos clientes y acercándonos a nuevos mercados.
- Y otras encomendadas del inmediato superior.

4.1.7.8 *Atribuciones y deberes del Jefe Técnico de Campo*

- Instruir y capacitar a los socios sobre los procesos de producción de los productos de la organización para que realicen bien su labor.
- Coordinar las actividades de producción agrícola de la asociación.
- Supervisar y actualizar los procesos de producción de la materia prima.
- Presentar informes sobre los procesos de producción.

- Controlar y verificar los cultivos de la asociación.
- Participar y promover proyectos para la elaboración de nuevos procesos productivos.

4.1.7.9 *Atribuciones y deberes del Jefe de Operaciones*

- Instruir y capacitar a los obreros sobre los procesos de producción y empaque de los productos de la organización para que realicen bien su labor.
- Coordinar las actividades de producción.
- Supervisar y actualizar los procesos de producción a fin de mantenerlos operativos.
- Presentar informes sobre los procesos de producción.
- Controlar y verificar las instalaciones físicas de la bodega.
- Participar y promover proyectos para la elaboración de nuevos productos.
- Realizar y controlar la contratación del mantenimiento de la maquinaria.

4.1.7.10 *Atribuciones y deberes del Asistente Técnico de Gestión Integral*

- Diseñar el sistema de calidad integral para la producción
- Ajustar la producción hacia el cumplimiento de los estándares de calidad
- Diseñar de la planificación trimestral de producción
- Seguimiento técnico del proceso productivo
- Identificación de problemas o inconvenientes en el proceso productivo.
- Mejoras y reajustes para la resolución de problema de calidad

4.1.7.11 *Atribuciones y deberes del Operador de Maquinaria*

- Realizar el mantenimiento preventivo y correctivo de la maquinaria.
- Encargado de manejar la maquinaria y reportar daños de inmediato.
- Seguir la línea de producción con la finalidad de cumplir las órdenes de producción.
- Apoyar en otras actividades requerida en el departamento de producción.

4.1.8 *Plan estratégico; misión, visión y objetivos estratégicos*

4.1.8.1 *Misión*

Misión Actual

Unir, organizar y brindar apoyo a los socios que la componen mediante convenios de colaboración con empresas nacionales y extranjeras, con el fin de maximizar su desarrollo en el ámbito social, económico y ambiental.

Misión Propuesta

- ¿Quiénes somos?

Somos una asociación de producción agrícola de economía popular y solidaria

- ¿Qué buscamos?

Comercializar y cumplir con todos los requerimientos establecidos a fin de obtener certificaciones de calidad.

- ¿Qué hacemos?

Generar producción y comercialización de cacao a precios justos.

- ¿Dónde lo hacemos?

En el cantón Urdaneta, provincia de Los Ríos.

- ¿Por qué lo hacemos?

Para promover el cultivo de cacao y maximizar su desarrollo en el ámbito productivo, social y ambiental.

- ¿Para quién trabajamos?

Para las importadoras nacionales y extranjeras que demandan cacao de calidad.

Somos una asociación de Producción Agrícola de economía popular y solidaria que busca comercializar y cumplir con todos los requerimientos establecidos a fin de obtener certificaciones de calidad, generando producción y comercialización de cacao a precios justos, en el cantón Urdaneta, provincia de Los Ríos, para promover su cultivo y maximizar el desarrollo en el ámbito productivo, social y ambiental. Entregando un producto de calidad a las importadoras nacionales y extranjeras que lo demandan.

4.1.8.2 *Visión*

Visión Actual

Generación y financiación de proyectos viables que generen crecimiento económico y social a los miembros que la componen, de modo que en 5 años la misma trabaje de manera autosustentable con la inversión grupal de sus integrantes y con fondos generados del premio social de diversas certificaciones.

Visión Propuesta

- ¿Cuál es la imagen deseada de nuestro negocio?

La Asociación de Producción Agrícola Nuevo Urdaneta ¨ASOPRONUR¨ será una organización líder en la producción de cacao de calidad a nivel nacional.

- ¿Cómo seremos en el futuro?

Competidores en el sector cacaotero.

- ¿Qué haremos en el futuro?

Establecer relaciones sólidas con nuestros clientes que nos permita cumplir con sus expectativas.

- ¿Qué actividades desarrollaremos en el futuro?

Generación y financiación de proyectos viables que generen crecimiento económico y social, de modo que para el 2023 la misma trabaje de manera autosustentable con la inversión grupal de sus integrantes y con fondos generados de las certificaciones.

La Asociación de Producción Agrícola Nuevo Urdaneta ¨ASOPRONUR¨ será una organización líder en la producción de cacao de calidad a nivel nacional, siendo competidores en el sector cacaotero, estableciendo relaciones sólidas con nuestros clientes que permitan cumplir con sus expectativas, mediante la generación y la financiación de proyectos viables promoviendo el crecimiento económico y social, de modo que para el 2023 la misma trabaje de manera autosustentable con la inversión grupal de sus integrantes y con fondos generados de las certificaciones.

4.1.8.3 *Objetivos Estratégicos*

Objetivos Estratégicos Propuestos

- Buscar la forma de financiamiento mediante autogestión con entidades Gubernamentales y ONGS, hasta el 2023 para la construcción del Centro de Acopio.
- Capacitar al Talento Humano en el Área de Comercialización.
- Buscar asesoría con técnicos especializados para los productores en temas agrícolas mejorando la calidad del producto.

a) Objetivos operativos

- Contar con los planos arquitectónicos, donde se definan claramente cada una de las áreas que requiere el centro de acopio.
- Adquirir las maquinarias necesarias para el proceso de post cosecha de cacao, que facilite su producción y garantice su calidad.
- Legalizar el centro de acopio obteniendo todos los permisos establecidos en la ley a fin de comercializar sin restricción.
- Establecer un plan sostenible y sustentable que posibilite el manejo adecuado de los recursos reduciendo las perdidas.
- Asegurar la calidad del producto cumpliendo los estándares requeridos y aplicando controles de forma periódica.
- Crear un plan marketing para el posicionamiento del producto.

Tabla 13-4: Detalle de los Objetivos Operacionales

Nª	Actividades	Políticas	Responsables	Presupuesto
1	Contratación de un arquitecto. Presentación de los planos del centro de acopio al GAD para su legalización.	Ayudar en la distribución de áreas para el centro de Acopio.	Junta General Junta Directivo	3.000,00 $
2	Establecer la maquinaria que requiere el centro de acopio. Crear políticas de compras para la maquinaria requerida.	Requerir como mínimo 3 proformas para la compra de maquinaria requerida para el centro de acopio. Adquirir la maquinaria a los proveedores que nos ofrezcan mayores beneficios.	Junta General Junta Directiva	10.264,00$
3	Ejecutar los procesos necesarios para la legalización del centro de acopio en los organismos de control. Recopilar toda la documentación necesaria para la legalización. Regirse a las normas y reglamentos preestablecidos por las instituciones.	Apoyar en el proceso de legalización del centro de acopio.	Junta General Junta Directiva	1.500,00 $
4	Establecer los procesos necesarios para reducir las pérdidas. Procurar que se utilicen los desperdicios en actividades complementarias.	Promover el cuidado del medio ambiente por medio de la disminución de desperdicios y su evaluación. Cumplir con los parámetros establecidos en el Plan Nacional del Buen Vivir.	Junta General Junta Directiva Administrador Asistente Técnico de Campo. Jefe de	1.000,00 $

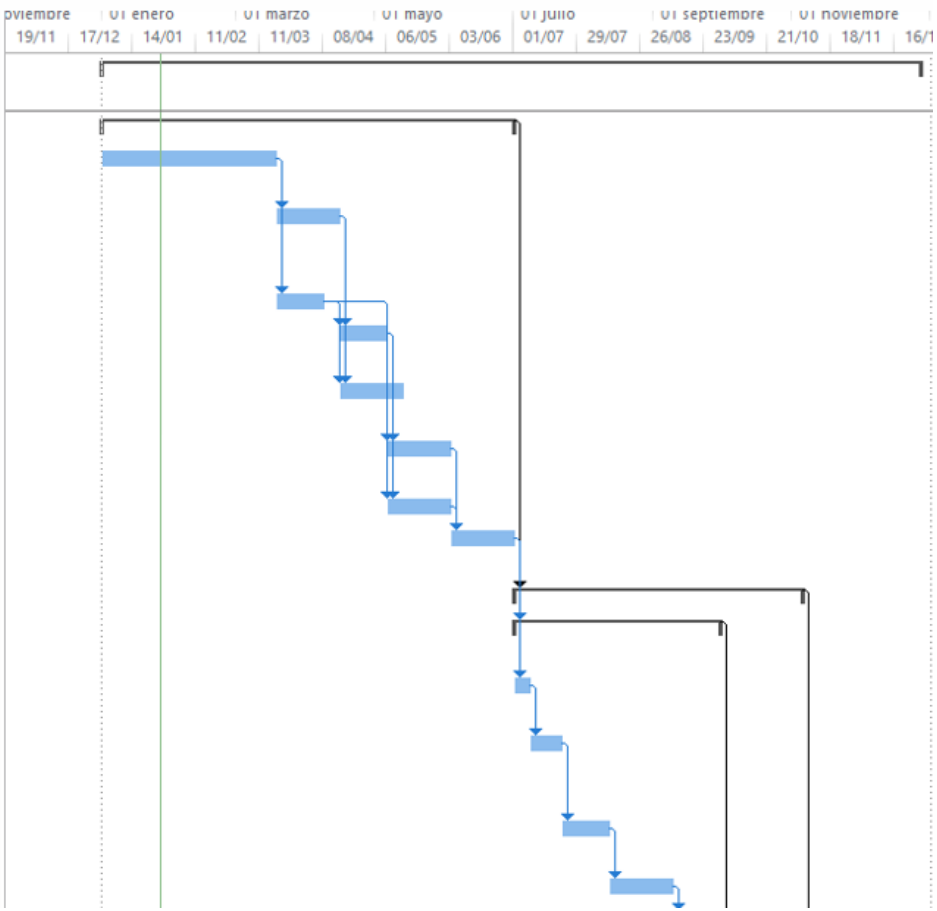
			Operaciones.	
5	Identificar las normas que dictaminan las instituciones reguladoras a las cuales debe regirse la producción de la Asociación. Crear los controles de calidad del producto. Cumplir con la demanda del cliente con respecto a nuestro producto.	Regirse a los parámetros de las instituciones reguladoras del estado establecidas para nuestra producción.	Junta General Junta Directiva Administrador Jefe de Operaciones.	3.000,00 $
6	Contracción de un profesional de marketing. Pagar la publicidad en los medios de comunicación que lo requieran según el plan de marketing.	Aplicar el plan de marketing. Tomar correctivas cuando no se alcancen las metas de venta. Aplicar las sanciones a los medios de comunicación por incumplimiento con las pautas publicitarias.	Junta General Junta Directiva Administrador	2.500,00 $

Fuente: Detalle de los objetivos Operacionales
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.1.9 *La ejecución*

DIAGRAMA DE GANTT

	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Predecesoras	Nombres de los recursos
1	**Centro de Acopio Cacao**	**259 días**	**mar 01/01/19**	**vie 27/12/19**		
2	**Fase A**	**130 días**	**mar 01/01/1**	**lun 01/07/19**		
3	Estudio de Factibilidad	11 sem.	mar 01/01/19	lun 18/03/19		
4	Aporte economico de Socios	4 sem.	mar 19/03/19	lun 15/04/19	3	
5	Credito Bancari	3 sem.	mar 19/03/1	lun 08/04/19	3	
6	Permisos de costitución	3 sem.	mar 16/04/19	lun 06/05/19	4,5	
7	planos y permisos de	4 sem.	mar 16/04/19	lun 13/05/19	4,5	
8	Legalizacion del Centro de	4 sem.	mar 07/05/19	lun 03/06/19	5,6	
9	Cellos de Calida	4 sem.	mar 07/05/1	lun 03/06/19	5,6	
10	Permiso de Exportacion	4 sem.	mar 04/06/19	lun 01/07/19	8,9	
11	**Fase B**	**91 días**	**mar 02/07/1**	**mar 05/11/1**	**2**	
12	**Construcción de la planta**	**65 días**	**mar 02/07/19**	**lun 30/09/19**	**10**	
13	Adquisicion del terreno	1 sem	mar 02/07/19	lun 08/07/19	10	
14	Adquisicion de Material de	2 sem.	mar 09/07/19	lun 22/07/19	13	
15	Cimientos y columnas	3 sem.	mar 23/07/19	lun 12/08/19	14	
16	Cubierta de p	4 sem.	mar 13/08/1	lun 09/09/19	15	



	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Predecesoras	Nombres de los recursos
17	Cerramiento y divisiones	3 sem.	mar 10/09/19	lun 30/09/19	16	
18	Instalaciones	1 sem	mar 10/09/1	lun 16/09/19	16	
19	Adecuacione para maquinaria	2 sem.	mar 10/09/19	lun 23/09/19	16	
20	**Adquisicion de Maquinaria**	**26 días**	**mar 01/10/19**	**mar 05/11/19**	**12**	
21	Peticion de proformas	1 sem	mar 01/10/19	lun 07/10/19	17,18,19	
22	Revision de Proformas	2 sem.	mar 08/10/19	lun 21/10/19	21	
23	Selección y compra de Equipos	1 día	mar 22/10/19	mar 22/10/19	22	
24	Instalacion de Maquinaria	2 sem.	mié 23/10/19	mar 05/11/19	23	
25	**Fase C**	**23 días**	**mié 06/11/1**	**vie 06/12/19**	**11**	
26	Convocatoria de vacantes	1 sem	mié 06/11/19	mar 12/11/19	24	
27	Proceso de selección de personal	3 sem.	mié 13/11/19	mar 03/12/19	26	
28	Declaracion de Ganadores y Contratos	3 días	mié 04/12/19	vie 06/12/19	27	
29	**Fase D**	**15 días**	**lun 09/12/19**	**vie 27/12/19**	**25**	
30	Compra de Materia Prima directa	2 sem.	lun 09/12/19	vie 20/12/19	28	
31	Compra de Materia Prima	1 sem	lun 09/12/19	vie 13/12/19	28	
32	Adquisicion de insumos	1 sem	lun 23/12/19	vie 27/12/19	30,31	
33	Puesta en marcha	0 días	mié 01/01/2	mié 01/01/2	32	

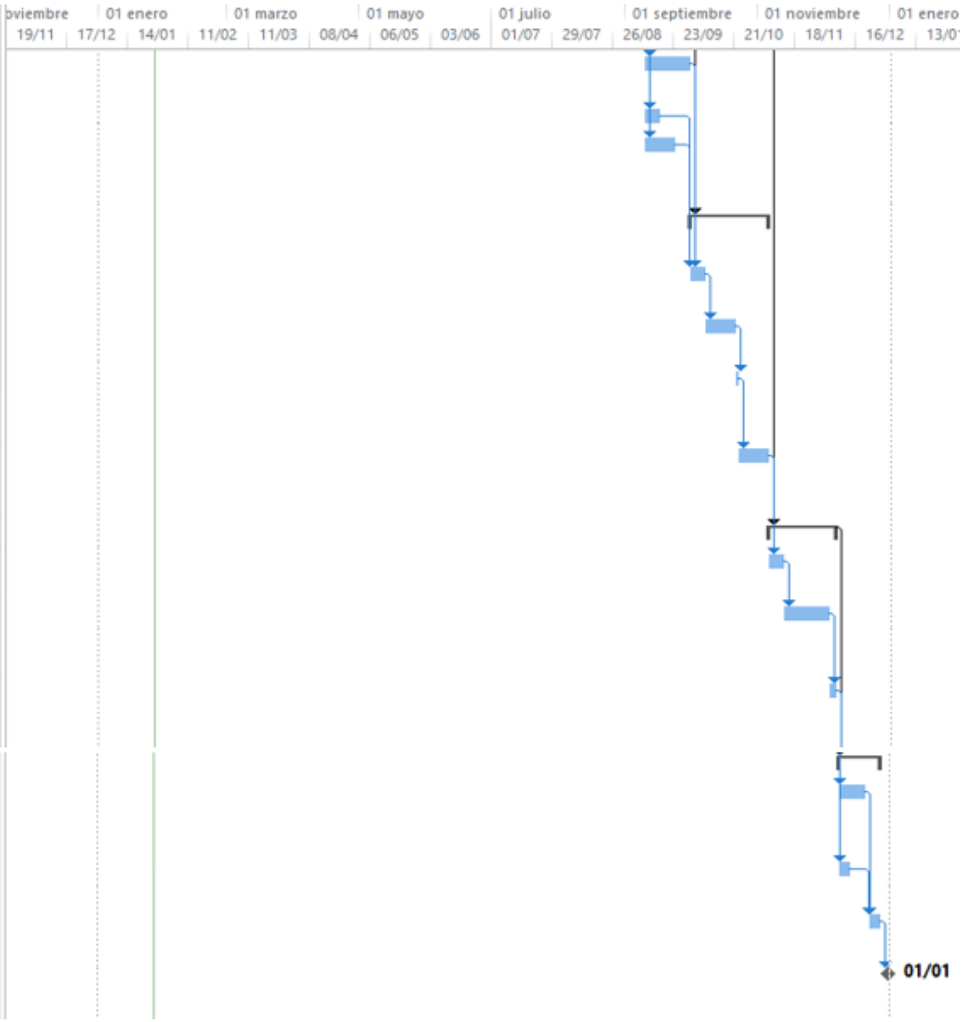


Gráfico 3-4: Project del plan de negocios
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.2 MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS

4.2.1 *Mercado de oferta*

En el Ecuador existe varias empresas alrededor de su territorio dedicadas a la exportación en la (Asociación Nacional de Exportadores de Cacao - Ecuador, 2015) que es la organización en la que se encuentran la mayoría de exportadores cuenta con una cantidad de 29 instituciones miembros entre las que están:

- Adelcocoa S.A.
- Agroarriba S.A.
- Agroexport S.A.
- Agro Manobanda Hermanos S.A.
- Agrosánchez Cocoa Export S.A.
- Aromatic Cocoa Export S.A.
- Aromex Aromas Exportables Cia. Ltda.
- Cafeica Comercializadora de Cafe y Cacao Cia. Ltda.
- Cafiesa S.A.
- Comercial Vervesa
- Confiteca C.A.
- Chocolates Finos Nacionales Cofina S.A.
- Eco-Kakao S.A.
- Ecuatoriana de Exportación e Importaciones Santo Domingo de los Colorados Cía. Ltda.
- Eximore C. Ltda.
- Exportadora e Importadora "Ay J' S.A.
- Exportadora & Importadora Kam S.A.
- Fundación MCCH Maquita Cushunchic Comercializando como Hermanos
- Inmobiliaria Guangala S.A.
- La Nueva Casa del Cacao S.A.
- Martinetti Saltos Pedro Femando
- Nestlé Ecuador S.A.
- Osella S.A.

- Outspan Ecuador S.A.
- Quevexport S.A.
- Universal Sweets Industries S.A.
- RistokcacaoS.A.
- Transmar Commodity Group of Ecuador S.A.
- Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador

La mayor concentración de empresas se encuentra en Guayas, Pichincha y El Oro, para el año 2016 ya se habían registradas 66 empresas, estas proveían empleo a 561 personas. (GDGE – SUBG. DE Análisis e información, 2018)

Tabla 14-4: Cultivo de cacao

Cultivo de cacao (A012702)	**# Empresas 2016 2016**	**# Empleados**
Grande	2	53
Mediana	8	145
Micro	30	72
Pequeña	26	291
Total general	66	561

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Subgerencia de Análisis e Información

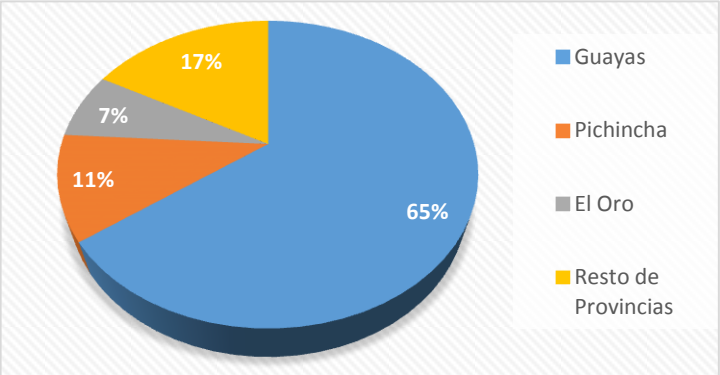


Gráfico 4-4: Empresas de Cultivo de Cacao por Provincia
Elaborado por: Subgerencia de Análisis e Información

Importaciones de cacao Ecuador

En el transcurso de los años y gracias a la gran acogida que ha tenido el cacao ecuatoriano a nivel mundial nuestro país desde el año 2013 ha tenido que hacer importaciones para cubrir la demanda existente como se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 15-4: Importaciones Cacao Ecuador

Fecha País Exportador	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Reino Unido	6	0	3	0	6	0
Perú	0	0	2	42	115	102
Países Bajos	19	0	0	0	0	0
México	0	0	0	0	398	0
Ghana	0	22	119	0	0	0
Estados Unidos	0	3	0	0	239	106
Desconocido	0	0	0	0	0	138
Colombia	0	0	0	1.364	23	0
Total	19	25	122	1.407	774	346

Fuente: (Indexmundi, 2018)
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

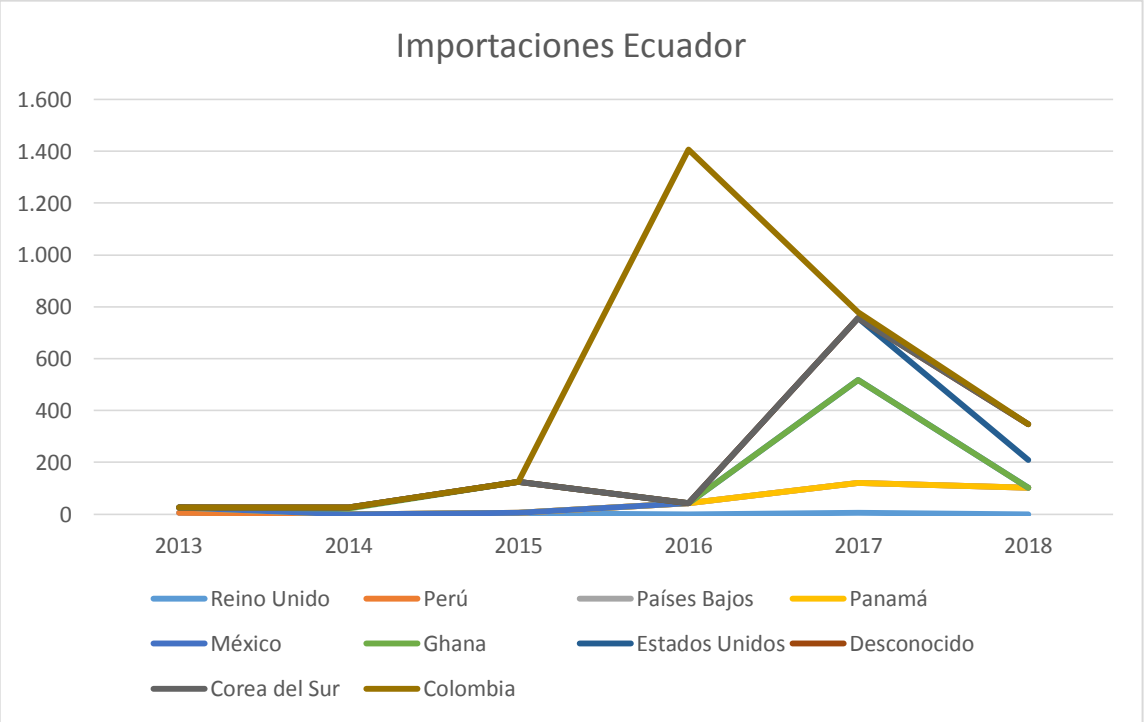


Gráfico 5-4: Importaciones cacao Ecuador
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Oferta Histórica

Tabla 16-4: Exportaciones de cacao en grano Ecuador

Fecha País Importador	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Estados Unidos	65.205	88.638	90.881	75.251	82.010	62.632
Alemania	17.263	181.306	11.606	13.644	13.376	9.972
Países Bajos	22.330	25.374	53.675	39.196	43.988	13.070
Malasia	13.127	6.694	21.457	29.309	49.462	44.266
México	21.488	21.525	19.021	24.749	24.975	19.900
Indonesia	6.940	9.099	4.100	25.372	44.283	41.459
Bélgica	10.848	8.296	9.392	7.218	13.471	16.467
Canadá	7.084	4.571	11.385	7.930	9.514	7.081
India	0	3.465	4.638	21.555	8.788	4.712
China	3.629	2.309	6.341	7.004	4.898	8.581
Otros	15.325	26.319	22.345	27.595	26.292	40.593
Total	183.239	377.596	254.840	278.825	321.056	268.733

Fuente: (Indexmundi, 2018)
Elaborador por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

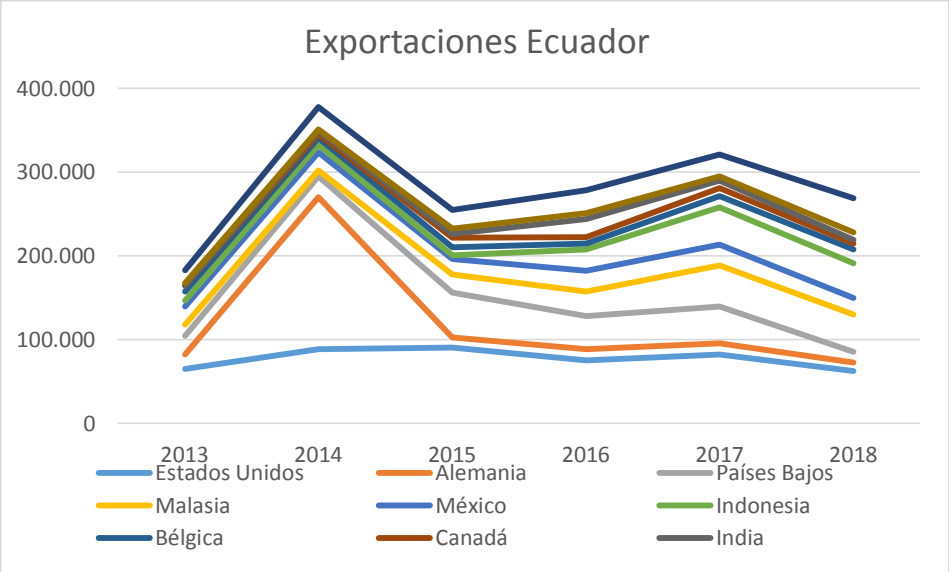


Gráfico 6-4: Exportaciones de cacao en grano Ecuador
Elaborador por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Ecuador a lo largo de los años ha venido comercializando un sin número de productos entre los cuales se encuentra el cacao inicialmente empezó exportando a Norteamérica, poco a poco se ha ido expandiendo hasta llegar a países como Estados Unidos, Alemania, Países Bajos, Malasia, México, Indonesia, Bélgica, Canadá, India, China

Tabla 17-4: Oferta histórica

Años	Oferta
2013	174.296
2014	195.489
2015	232.319
2016	227.111
2017	284.211
2018	298.120

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborador por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

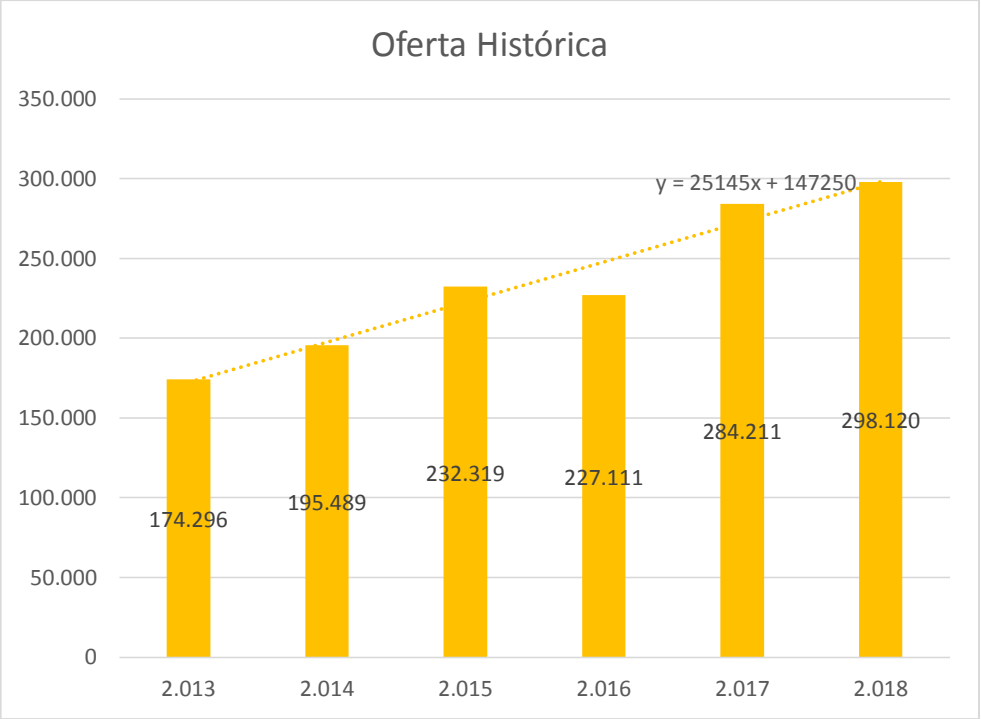


Gráfico 7-4: Oferta Histórica
Elaborador por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Es importante recalcar que aunque aumentó el volumen de exportación los ingresos no aumentaron debido al bajo precio del cacao internacionalmente.

Tomando en cuenta los datos obtenidos de la investigación realizada referente a la oferta que posee el Ecuador en cuanto a cacao en grano encontramos un comportamiento histórico que aplicando la línea de tendencia obtuvimos una ecuación para nuestras proyecciones, este comportamiento histórico refleja el crecimiento a nivel de exportaciones que año con año se ha venido dando medido en toneladas.

Oferta Proyectada

Tabla 18-4: Oferta Proyectada

Años	Oferta
2.019	323.265
2.020	348.410
2.021	373.555
2.022	398.700
2.023	423.845

Fuente: Gráfico 7-4: Oferta Histórica
Elaborador por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

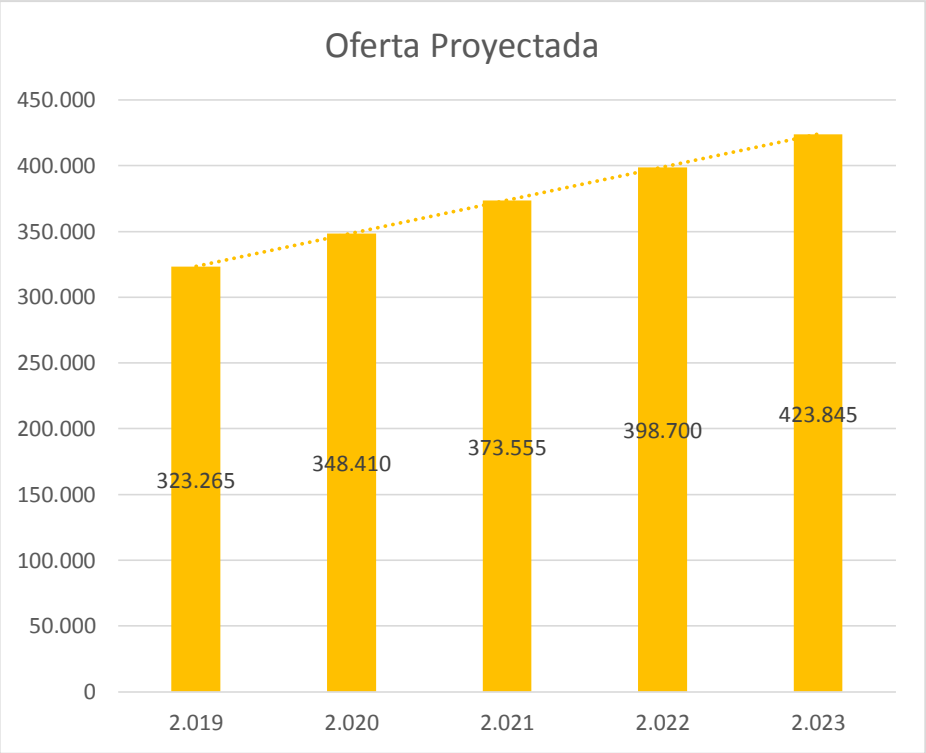


Gráfico 8-4: Oferta Proyectada
Elaborador por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tomado los datos de la Tabla 16-4: Exportaciones de cacao en grano y con la ecuación obtenida del Gráfico 7-4: Oferta Histórica se pudo proyectar la oferta de esta información, pudiendo recalcar que solo para el año subsiguiente de este estudio el grano de cacao tendrá una oferta de 298.120 tonelada, que para el año 5 de proyección crecerá en un 17% generando una demanda de 348.410 toneladas comprendiendo que su producción y comercialización ira en crecimiento paulatinamente año con año.

4.2.2 *Mercado de Demanda*

Exportaciones de Cacao por País

Tabla 19-4: Exportaciones Nacionales Por País (2013-2017) FOB en Millones USD

Área Económica Destino	2013	2014	2015	2016	2017	Total
Estados Unidos	165,84	257,76	279,84	181,53	129,68	1.014,64
Holanda	56,61	91,23	115,84	96,96	102,78	463,42
México	49,02	63,29	57,86	66,24	51,81	288,23
Malasia	36,36	20,06	62,26	68,65	86,78	274,11
Alemania	46,28	34,19	40,25	49,32	41,54	211,59
Indonesia	16,15	29,66	11,75	46,38	86,30	190,23
Bélgica	26,52	25,58	31,89	18,75	26,22	128,98
Resto del Mundo	129,05	188,38	212,67	222,20	163,87	916,17
Total	525,83	710,15	812,38	750,03	688,98	3.487,38

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborador por: Subgerencia de Análisis e Información Nandina: 18

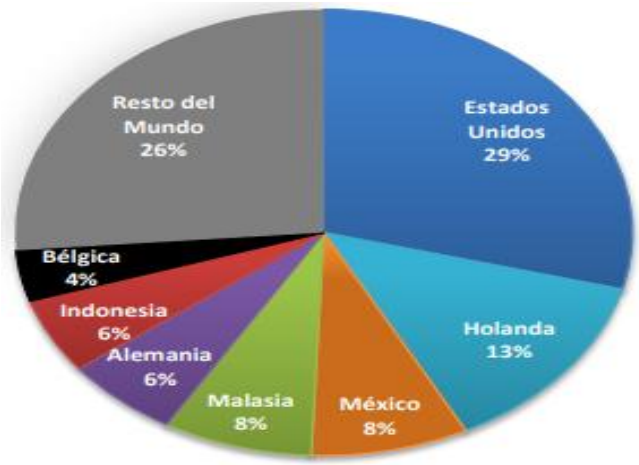


Gráfico 9-4: Exportaciones Nacionales de Cacao (2013-2017) en FOB Millones USD
Elaborador por: Subgerencia de Análisis e Información Nandina: 18

Ecuador en el 2017 exportó la mayor parte de cacao a Estados Unidos (29%), seguido de Holanda. (GDGE – SUBG. DE Análisis e información, 2018). Según los datos analizados y tomando en cuenta los acuerdos comerciales que actualmente posee el Ecuador con países de América y Europa se establece que la demanda del cacao a nivel mundial y que pese a que varios países hermanos ofertan este producto no se ha podido

satisfacer su demanda pues la calidad del cacao que se produce en nuestro país es una de las características esenciales para que este sea buscado y reconocido, dejándonos un mercado amplio que nuestra producción no alcanza a abastecer, pues existen acuerdos comerciales como el de Francia en el que ellos aportan capital para que se produzca cacao nacional a fin de que la producción que generemos este ya comprometida en su venta para este país.

4.2.2.1 *Demanda Histórica*

Tabla 20-4: Importaciones de Cacao en Dólares

Fecha País a Exportar	2013	2014	2015	2016	2017
Países Bajos	1.528.507.840	1.813.670.540	960.843.109	2.525.090.521	2.141.618.556
Estados Unidos	1.149.160.090	1.294.184.914	1.475.700.293	1.327.673.304	1.218.220.337
Alemania	794.567.800	1.001.804.027	1.067.980.919	1.330.862.820	1.182.998.477
Bélgica	640.656.278	869.038.047	789.471.027	971.301.276	819.023.702
Malasia	763.941.925	918.328.547	686.813.410	659.125.280	695.221.079
Francia	341.790.962	434.759.338	425.408.685	470.335.451	401.696.109
España	251.399.040	331.561.340	333.662.073	345.389.866	303.600.822
Italia	248.571.602	295.117.740	299.107.960	304.674.225	303.009.991
Turquía	222.427.873	266.702.484	263.599.656	281.927.176	290.298.975
Reino Unido	215.064.736	179.120.018	154.887.888	129.300.799	232.614.475
Otros	863.499.457	1.262.060.804	995.701.290	1.513.117.800	1.233.365.666
Total	7.019.587.602	8.666.347.801	7.453.176.310	9.858.798.517	8.821.668.189
precio	**2438**	**3062**	**3137**	**2891**	**2029**

Fuente: (Nosis, 2018), (Indexmundi, 2018)
Elaborador por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Realizando las respectivas investigaciones se pudo obtener datos de las exportaciones de cacao en dólares de los principales países a los que Ecuador exporta cacao indicados en la Tabla 24-3: Países de Exportación y los demás países en general.

Tabla 21-4: Importaciones de Cacao en Toneladas

Fecha País Importador	2013	2014	2015	2016	2017
Países Bajos	626.438	592.703	306.001	873.734	1.054.985
Estados Unidos	470.967	422.936	469.968	459.403	600.109
Alemania	325.643	327.387	340.121	460.506	582.758
Bélgica	262.564	283.999	251.424	336.090	403.460
Malasia	313.091	300.107	218.730	228.071	342.473
Francia	140.078	142.078	135.480	162.746	197.880
España	103.032	108.353	106.262	119.512	149.557
Italia	101.874	96.444	95.257	105.424	149.266
Turquía	91.159	87.158	83.949	97.553	143.004
Reino Unido	88.141	58.536	49.327	44.741	114.588
Otros	353.893	412.438	317.102	523.570	607.569
Total	**2.876.880**	**2.832.140**	**2.373.623**	**3.411.349**	**4.345.649**

Fuente: Tabla 20-4: Importaciones de Cacao en
Elaborador por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

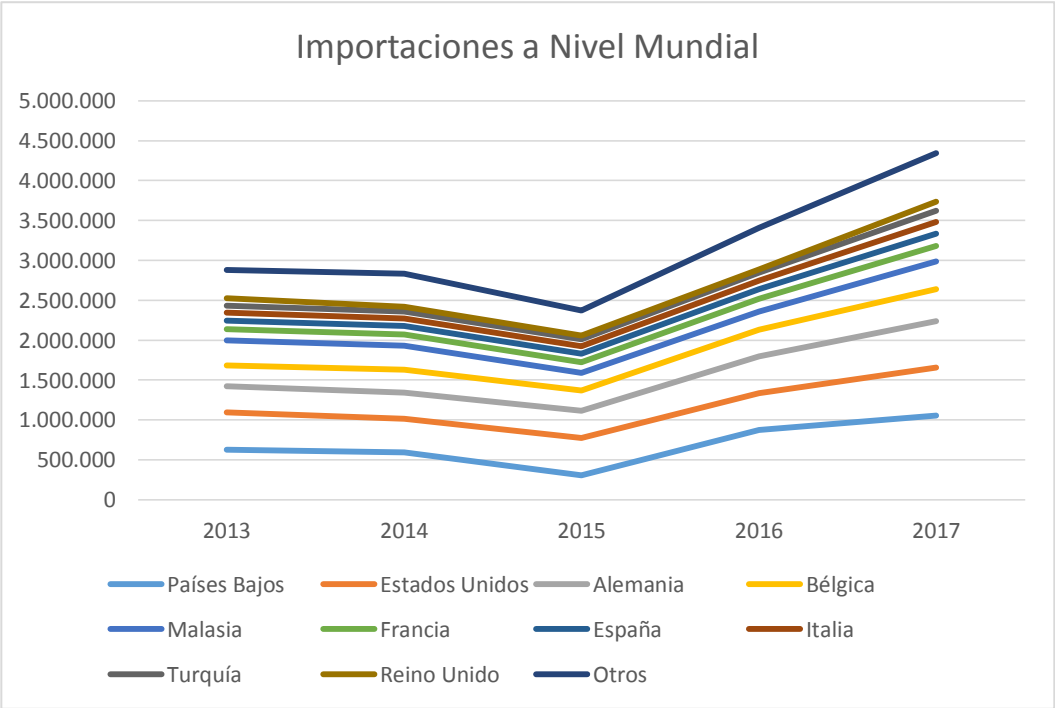


Gráfico 10-4: Importaciones de cacao en toneladas
Elaborador por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

La información presentada es del procesamiento de los datos de las importaciones de los países en toneladas que será nuestra unidad de medida obteniendo un total de importaciones de los principales países que compran el cacao en grano que para nuestro estudio representara la demanda histórica.

Tabla 22-4: Demanda Histórica

Años	Demanda
2.013	2.876.880
2.014	2.832.140
2.015	2.373.623
2.016	3.411.349
2.017	4.345.649
2.018	4.110.050

Fuente: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Realizando las respectivas investigaciones se pudo obtener datos de las exportaciones de cacao en dólares de los principales países a los que Ecuador exporta cacao indicados en la Tabla 24-3: Países de Exportación y los demás países en general.

Tabla 21-4: Importaciones de Cacao en Toneladas
Elaborador por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

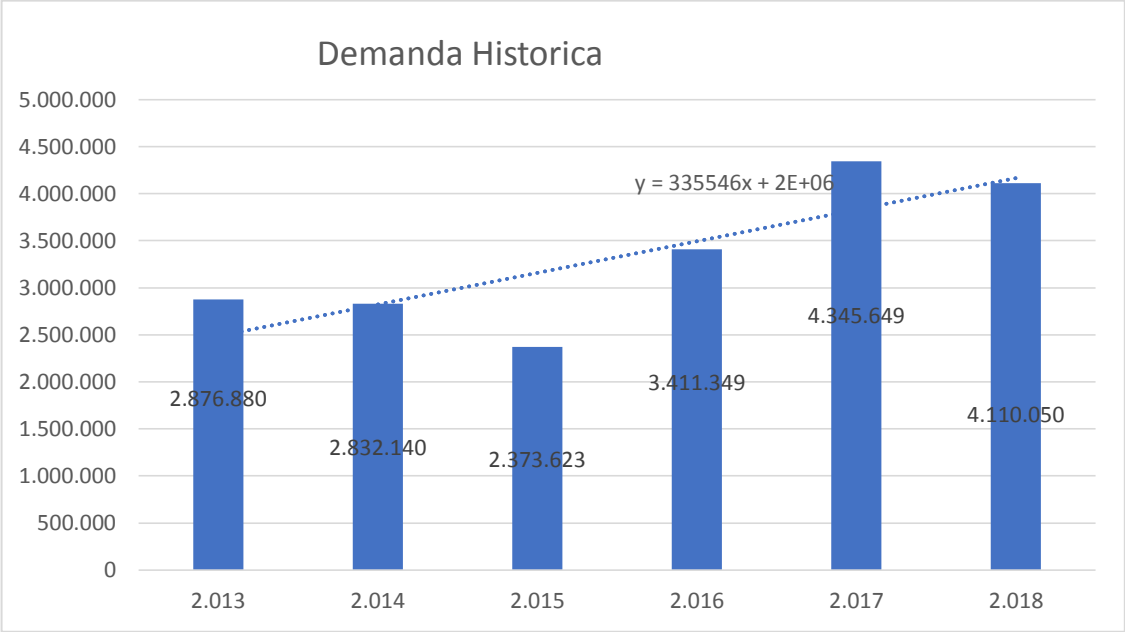


Gráfico 11-4: Demanda histórica
Elaborador por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tras la investigación realizada y procesando los datos obtenidos de la demanda que se posee a nivel mundial en cuanto a cacao en grano encontramos un comportamiento histórico que aplicando la línea de tendencia obtuvimos una ecuación para nuestras proyecciones, este comportamiento histórico refleja el crecimiento a nivel de importaciones que se ha venido incrementando año con año.

4.2.2.2 *Demanda Proyectada*

Tabla 23-4: Demanda Proyectada

Años	Demanda
2.019	4.348.822
2.020	4.684.368
2.021	5.019.914
2.022	5.355.460
2.023	5.691.006

Fuente: Gráfico 11-4: Demanda histórica
Elaborador por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

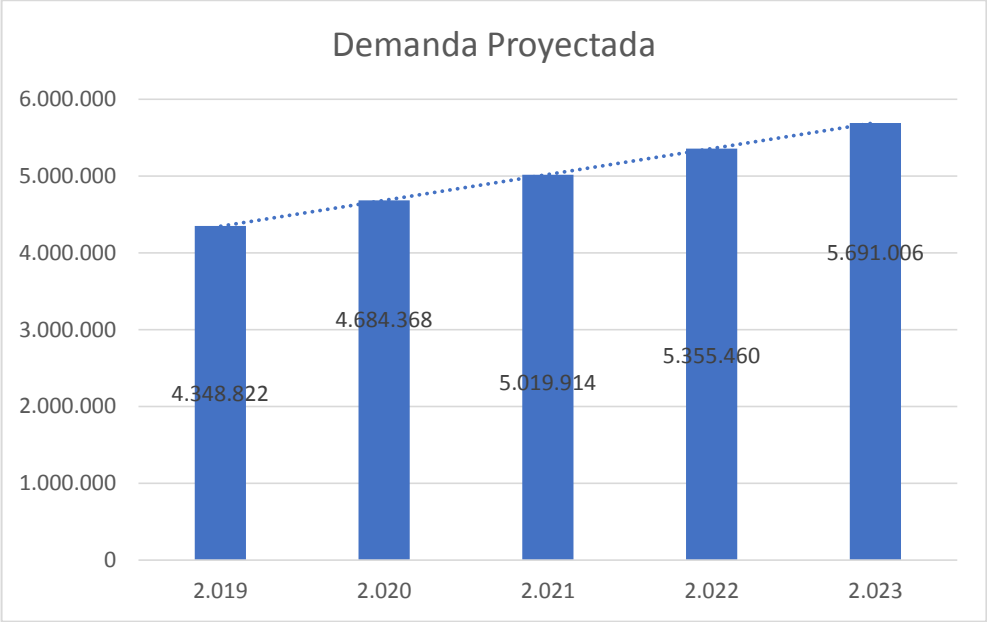


Gráfico 12: Demanda Proyectada
Elaborador por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tomado los datos de la Tabla 22-4: Demanda Histórica y con la ecuación obtenida del Gráfico 11-4: Demanda histórica se pudo proyectar la demanda a fin de conocer si en un futuro la producción de cacao de "ASOPRONUR" tendrá mercado, de estos información se puede recalcar que solo para el año subsiguiente de este estudio el grano de cacao tendrá una demanda de 4.348.822 tonelada, que para el año 5 de proyección crecerá en un 31% generando una demanda de 5.691.006 toneladas.

4.2.3 *Demanda insatisfecha*

Para el cálculo de la demanda insatisfecha al ser tan amplio al mercado al que nos estamos proyectando y al ser el cacao uno de los principales productos de exportación en el Ecuador por la calidad del producto, y pese a que la exportación año con año ha ido incrementando no es suficiente para cubrir la demanda existente.

4.2.3.1 *Demanda Insatisfecha Histórica*

Tabla 24-4: Demanda Insatisfecha Histórica

Años	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2.013	174.296	2.876.880	2.702.584
2.014	195.489	2.832.140	2.636.651
2.015	232.319	2.373.623	2.141.304
2.016	227.111	3.411.349	3.184.238
2.017	284.211	4.345.649	4.061.438
2.018	298.120	4.110.050	3.811.930

Fuente: Tabla 16-4: Exportaciones de cacao en grano y Tabla 22-4: Demanda Histórica
Elaborador por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

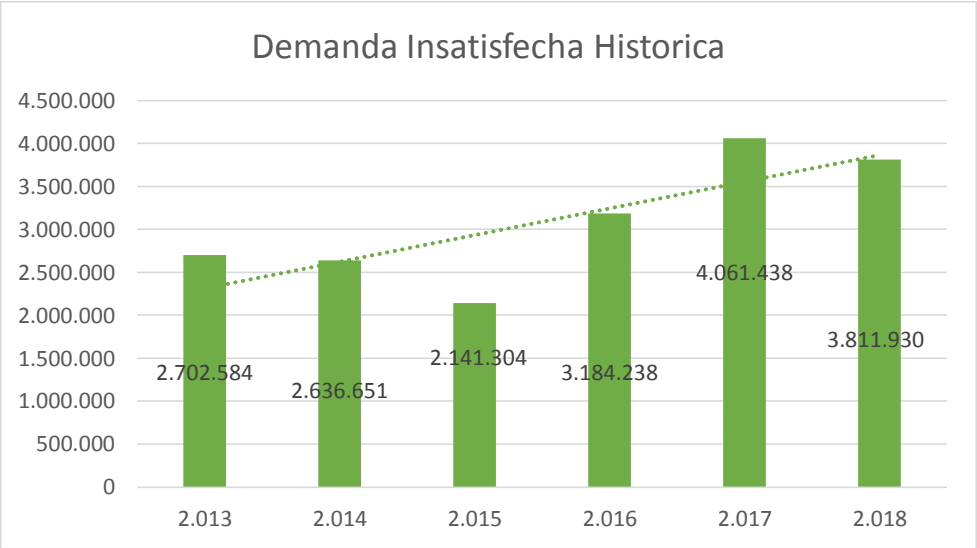


Gráfico 13-4: Demanda Insatisfecha Histórica
Elaborador por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Analizando el comportamiento tanto de la oferta como de la demanda histórica de la comercialización de cacao en grano se pudo determinar la demanda insatisfecha histórica desde el año 2013 con 2.702.584 toneladas hasta la actualidad con 3.811.930 toneladas.

4.2.3.2 *Demanda Insatisfecha Proyectada*

Tabla 25-4: Demanda Insatisfecha Proyectada

Años	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2.019	323.265	4.348.822	4.025.557
2.020	348.410	4.684.368	4.335.958
2.021	373.555	5.019.914	4.646.359
2.022	398.700	5.355.460	4.956.760
2.023	423.845	5.691.006	5.267.161

Fuente: Tabla 18-4: Oferta Proyectada y Tabla 23-4: Demanda Proyectada
Elaborador por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

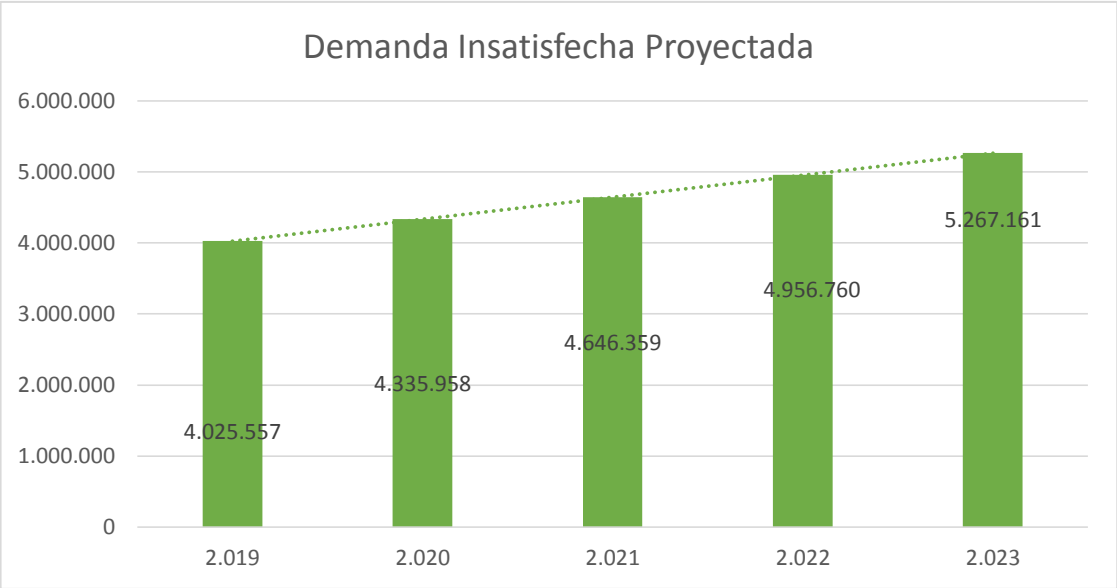


Gráfico 14-4: Demanda Insatisfecha Proyectada
Elaborador por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tomado los datos tanto de la oferta como de la demanda se pudo calcular la demanda insatisfecha a fin de conocer si en un futuro la producción de cacao de "ASOPRONUR" tendrá mercado y que tanto cubrirá del mismo así como también sus posibilidades de crecimiento, de esta información se puede recalcar que solo para el año subsiguiente de este estudio el grano de cacao tendrá una demanda insatisfecha de 4.025.557 tonelada, que para el año 5 de proyección crecerá en un 31% generando una demanda insatisfecha de 5.267.161 toneladas.

4.2.3.3 *Participación de ASOPRONUR en el mercado*

Tabla 26-4: Participación en el Mercado

Años	Demanda Insatisfecha	Producción qq	Producción Tm	Participación %
2.019	4.025.557	30.216	2.100	1%
2.020	4.335.958	31.122	2.163	1%
2.021	4.646.359	32.056	2.228	1%
2.022	4.956.760	33.018	2.295	1%
2.023	5.267.161	34.008	2.364	1%

Fuente: Tabla 18-4: Oferta Proyectada
Elaborador por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

De acuerdo a los datos de la tabla 49 sobre la demanda insatisfecha proyectada y de la producción proyectada de ASOPRONUR tenemos una participación del 1% en el mercado cacaotero.

4.2.4 *Producto*

Gráfico 15-4: Cacao seco
Elaborador por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

El producto que generara este emprendimiento será en cacao seco para lo cual utilizara el proceso de producción en el que se aplicara altos estándares de calidad, su presentación se hará en costales de 69,5 kilogramos con el logotipo del centro de acopio y servirá como materia prima para productos elaborados como el chocolate, licor, manteca entre otros.

4.2.5 *Precio*

Los precios son fijados según el comportamiento del mercado y están en constante modificación llegando a precios tan altos como en el último año ha habido

modificaciones en cuanto al precio desde $1.950,00 en Enero a precios elevados como es el del mes de Mayo de $2.660,00 terminando el año con un precio promedio de $2.300,00 según (Nosis, 2018).

Actualmente según (Asociación Nacional de Exportadores de Cacao - Ecuador), ANECACAO y la información proporcionada en su página ofician el precio de la tonelada de cacao seco con el que se dio cierre al año 2018 fue de $2.322,00 por toneladas.

4.2.6 *Plaza*

Datos de contacto:

(ASOPRONUR) Asociación de Producción Agrícola Nuevo Urdaneta

Atención de Lunes a Viernes en la mañana de 08:00 A 12:00 y las tardes de 14:00 A 18:00pm.

Cantón Urdaneta, Parroquia Ricaurte a 10 cuadras de la iglesia San Pedro de Ricaurte.

Los Ríos, Ecuador

Contacto

Celular: 0993375795

E-mail: victor.chicojurado@gmail.com

Nuestro mercado para la comercialización será a nivel nacional por lo que la asociación se dedicara a la producción y almacenamiento de semillas de cacao. Entre los principales países que tenemos proyectado la compra de nuestra producción a largo plazo están Alemania, Estados Unidos, Canadá, Suiza como lo expresaron en la Tabla 24-3: Países de Exportación a empresas como: CARGILL B.V, BARRY CALLEBAUT SOURCING, WALTER MATTER, entre otras.

4.2.7 *Zona de influencia del proyecto*

4.2.7.1 *Organización Beneficiaria*

Tabla 27-4Organización Beneficiaria

Razón social	Asociación de Producción Agrícola "Nueva Urdaneta".
Siglas	" ASOPRONUR"
Contacto	Víctor Alfonso Chico Jurado
Parroquia	Ricaurte
Teléfonos	0993375795

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.2.7.2 *Beneficiarios del Proyecto*

Los beneficiarios directos del proyecto serán los 107 socios y sus familias de forma directa pertenecientes a la provincia de Los Ríos, Cantón Urdaneta, Parroquia Ricaurte y sectores aledaños, quienes se asociaron para la producción y comercialización de Cacao.

Tabla 28-4: Beneficiarios del proyecto

	Los Ríos
Urdaneta	Parroquias urbanas como, Catarama (cabecera cantonal) y rurales como Ricaurte.
Sectores aledaños	Cantón Ventanas, Cantón Puebloviejo, Cantón Babahoyo, Echeandía y Caluma

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.2.8 *Promoción*

Se realizara publicidad por distintos medios de comunicación como radio, televisión, gigantografías, tarjetas de presentación, creación de perfil de facebook.

La comercialización de nuestro producto está dirigida a empresas nacionales que se encargan de transformar la materia prima en productos terminados derivados de la almendra de cacao y las que necesitan para cubrir un cupo de exportación.

4.3 ASPECTOS TECNOLÓGICOS DEL PLAN DE NEGOCIO

4.3.1 *Diseño o descripción del producto*

Tabla 29-4: Descripción del producto

Nombre:	Cacao ASOPRONUR
Presentación:	Empacado en costales.
Pesos:	69,5 Kilos
Características:	La semilla es totalmente fermentada de color café oscuro de un sabor amargo agradable, son la base del chocolate, los granos son muy ricos en antioxidantes, vitaminas y minerales que tienen propiedades antiinflamatorias y antialergénicas.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.3.1.1 *Empaque*

Gráfico 16: Empaque
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Para mejorar y preservar la calidad del producto que vamos a comercializar la mejor opción de empaquetado es en costales el cual contendrá 69,5 kilogramos de cacao seco que será sellado por medio de la cosedora con hilo especializado lo que permitirá un cierre total.

4.3.1.2 *Logotipo*

Gráfico 17-4: Logotipo "ASOPRONUR"
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Descripción

La etiqueta tiene una mezcla de clores que son llamativos entre los cuales tenemos:

Amarillo: Este color simboliza felicidad, alegría, energía siendo este color excelente para transmitir información respecto al producto que ofertamos, inteligencia, se la vincula con el sol que aporta al producto pues es un elemento indispensable para el cultivo de Cacao.

Verde: Este color se lo asocia con la salud y la tranquilidad dando a conocer nuestro producto como poseedor de vitaminas, minerales y más elementos que contribuyen a la salud este color se lo representa las hojas de Cacao que es la naturaleza la agricultura de donde se lo obtiene.

Café: Representa a la sabiduría, constancia, sencillez, amabilidad, la confianza de la calidad del producto que se oferta y la salud.

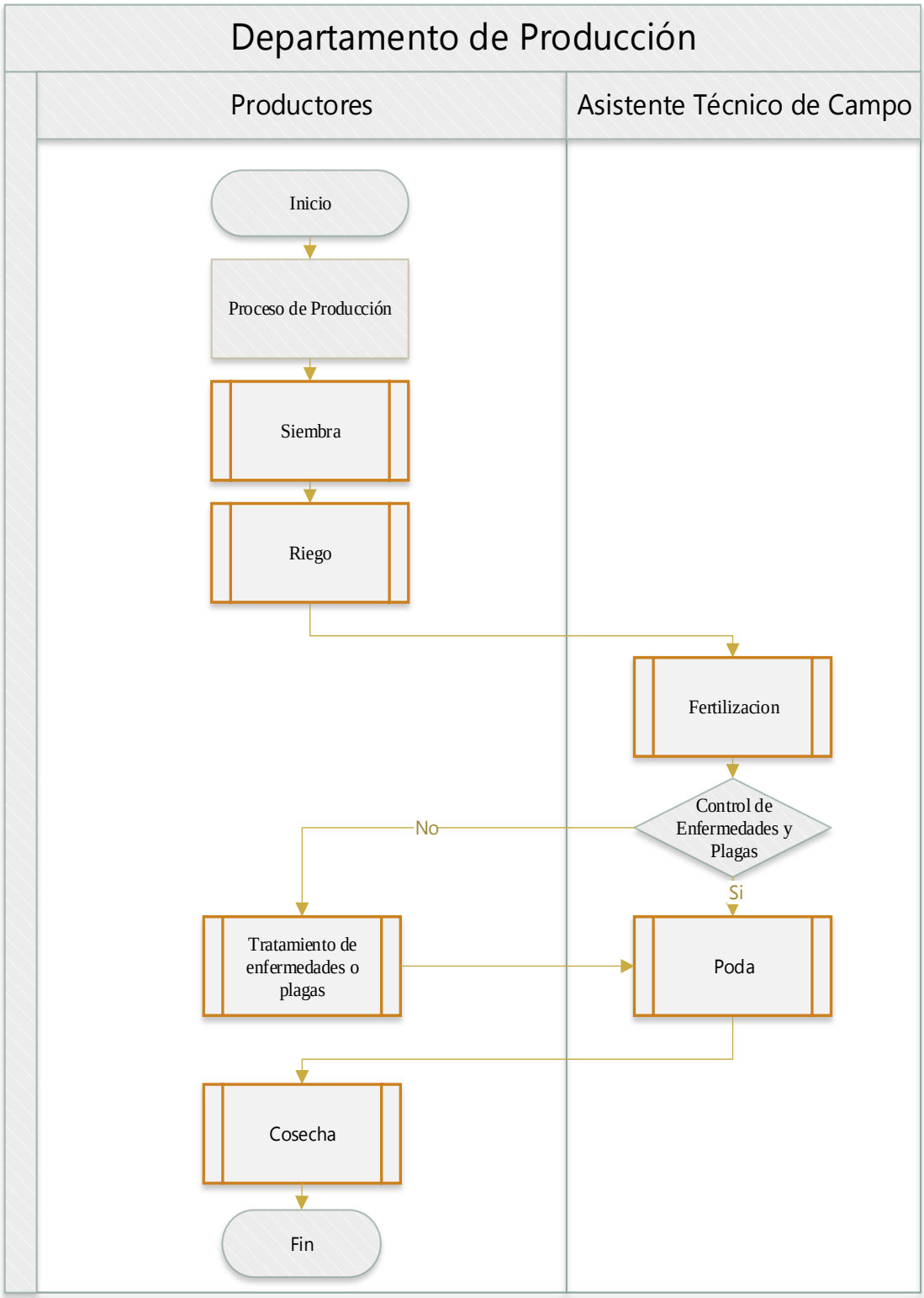
Anaranjado: Representa el entusiasmo y la exaltación.

El Blanco: Representa lo positivo, lo puro y la inocencia.

El modelo que se ha escogido con respecto el fruto es para transmitir un producto natural cultivado de la tierra. El tipo de letra es un poco informal juvenil y actual adaptado a las preferencias del consumidor.

4.3.2 *Procesos de producción*

4.3.2.1 *Siembra - Cosecha*



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Descripción

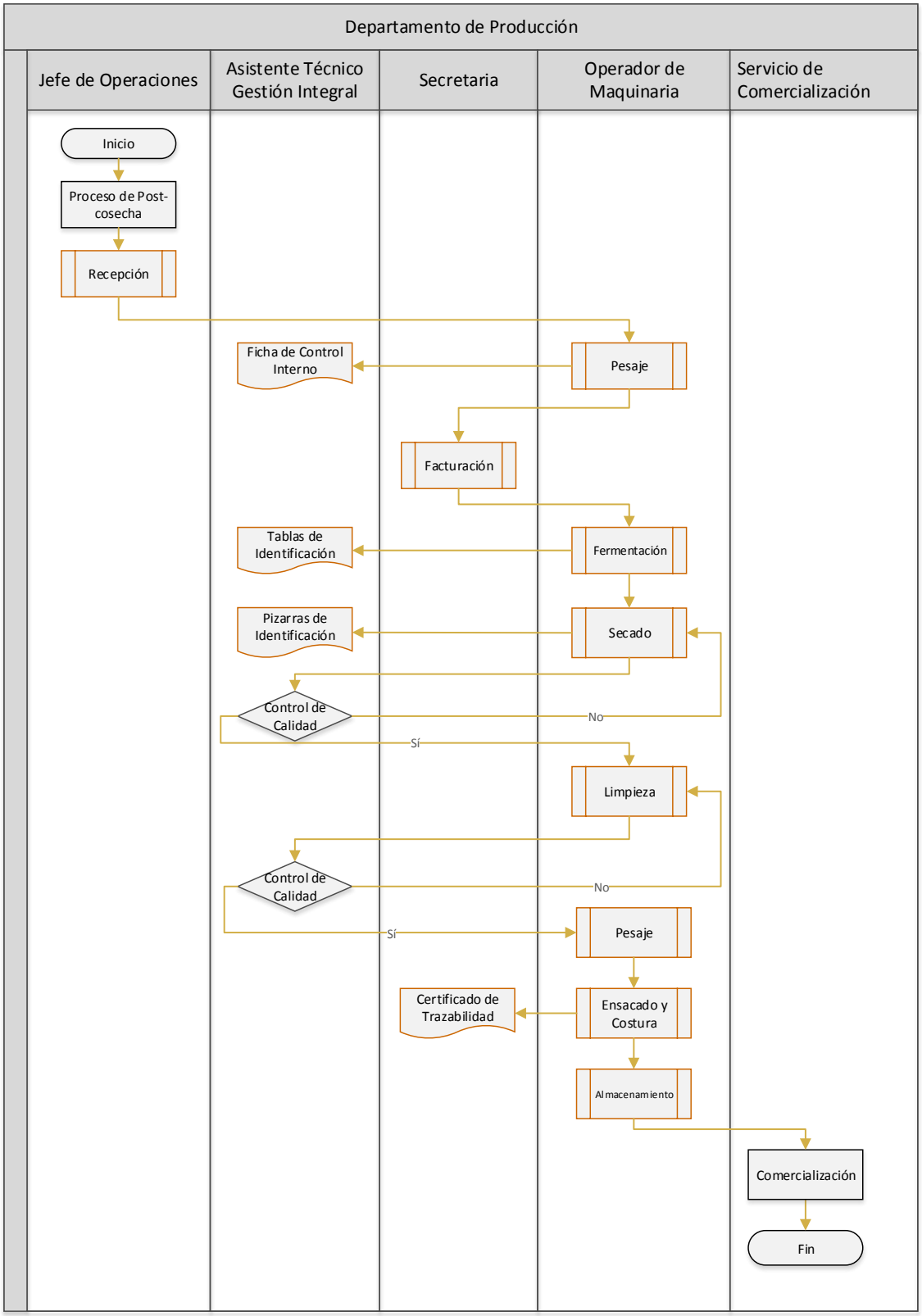
- El proceso para la obtención de cacao seco listo para la comercialización inicia con la siembra de la semilla en las parcelas de terreno dedicadas para esta actividad para ello se debe preparar la tierra abonarla y dotarla de nutrientes para que la producción sea óptima.

- Durante el tiempo que dura en germinar florecer y dar frutos las plantas en las que se da el cacao se debe regar constantemente el terreno y fumigarlo posterior a esto se debe fertilizar a la planta para mejorar sus frutos optimizando su productividad.

- Realizar los respectivos controles constantemente revisando el cultivo por cualquier asecho de plagas o inconvenientes que haga que su calidad disminuya, este es el principal proceso de calidad en el que de encontrarse la planta con alguna enfermedad o plaga se procederá a su tratamiento para la cura de esa afección y se continuará con el proceso de producción.

- Cuando llegue el tiempo de cosecha y las plantas estén con sus frutos listos para ser recolectados entonces se procederá al proceso de poda de la planta, cosechando la producción para iniciar con su tratamiento de secado para posteriormente almacenarlo en bodega.

4.3.2.2 *Proceso de Post Cosecha*



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Descripción

- Para iniciar el proceso da post cosecha se empezará con la recepción del cacao semi-seco y seco del cual será responsabilidad el jefe de operaciones en conjunto con su equipo para ello inicialmente se procederá al pesaje de la materia prima recibida en la que se generará una ficha de control interno, donde se registrar la cantidad de cacao que se adquirió, su peso y su costo, posterior a esto se realizará la compra por medio de la secretaria en conjunto con el departamento de contabilidad y se emitirá la factura a nuestros proveedores siendo este el documento de respaldo al proceso efectuado.
- En el siguiente proceso se realizarán la fermentación del cacao donde se generará las tablas de identificación por parte del asistente técnico de gestión integral posterior a esto cuando el proceso haya concluido, se ingresa la materia prima en las máquinas de secado a altas temperaturas de modo que este proceso se realice con eficacia.
- Luego del proceso de secado se procederá al control de calidad qué será realizado por el asistente técnico de gestión integral en donde se medirá el grado de humedad que contiene la almendra, de pasar este control continuará su proceso de producción en caso contrario volverá a la máquina de secado para que cumpla con el estándar requerido.
- Habiendo cumplido el control de calidad y siendo óptimo para el siguiente proceso se colocará el producto en los costales con un peso de 69, 5 kilogramos y se sella con la máquina cosedora aquí se generara el certificado de trazabilidad.
- Finalmente terminado el proceso se almacena la producción, para su posterior comercialización.

4.3.3 *Ubicación de proyecto (planta)*

4.3.3.1 *Macro localización*

El proyecto se estima su realización en la siguiente ubicación geográfica:

- País: Ecuador
- Provincia: Los Ríos

Macro localización

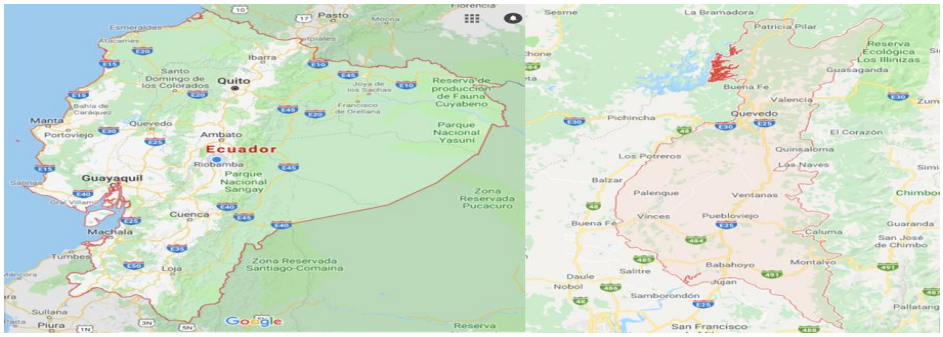


Gráfico 18-4: Macro localización
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.3.3.2 *Micro localización*

- Cantón: Urdaneta
- Parroquia: Ricaurte
- Dirección: a 10 cuadras de la iglesia San Pedro de Ricaurte.

Micro localización

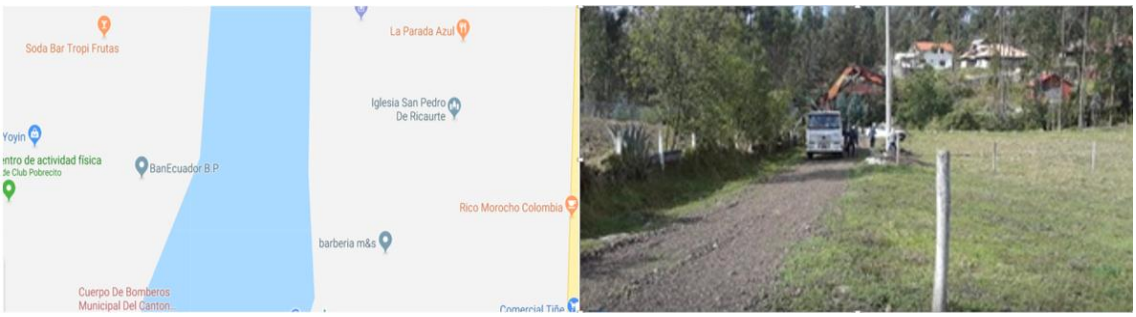


Gráfico 19-4: Micro Localización
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.3.4 *Determinación de la capacidad de la planta*

Actualmente ASOPRONUR, cuenta con un cupo de 1050 TM de cacao mediante la Certificación de Comercio Justo y en el año se obtiene ingresos por prima.

Para el proyecto se establecerá una meta de 2100 toneladas anualmente lo que implicara el integrar más socios a la organización a fin de que provean su producción o a su vez comprar cacao de otros productores y así completar la materia prima requerida, como lo

manifestaron sería una opción para la organización según datos de **Tabla 13-3:** Posibilidad de nuevos proveedores**.**

4.3.5 *Diseño de la planta*

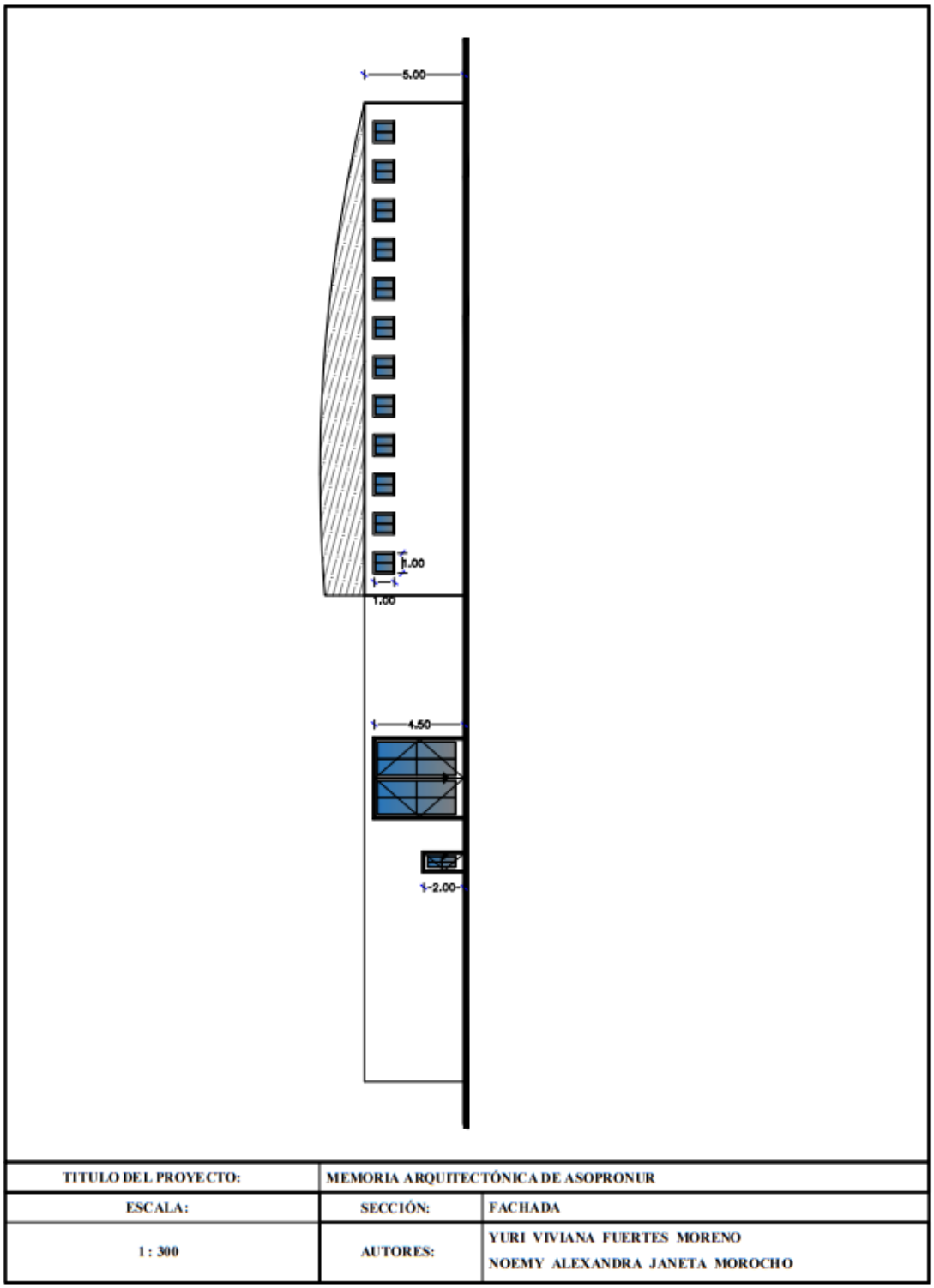
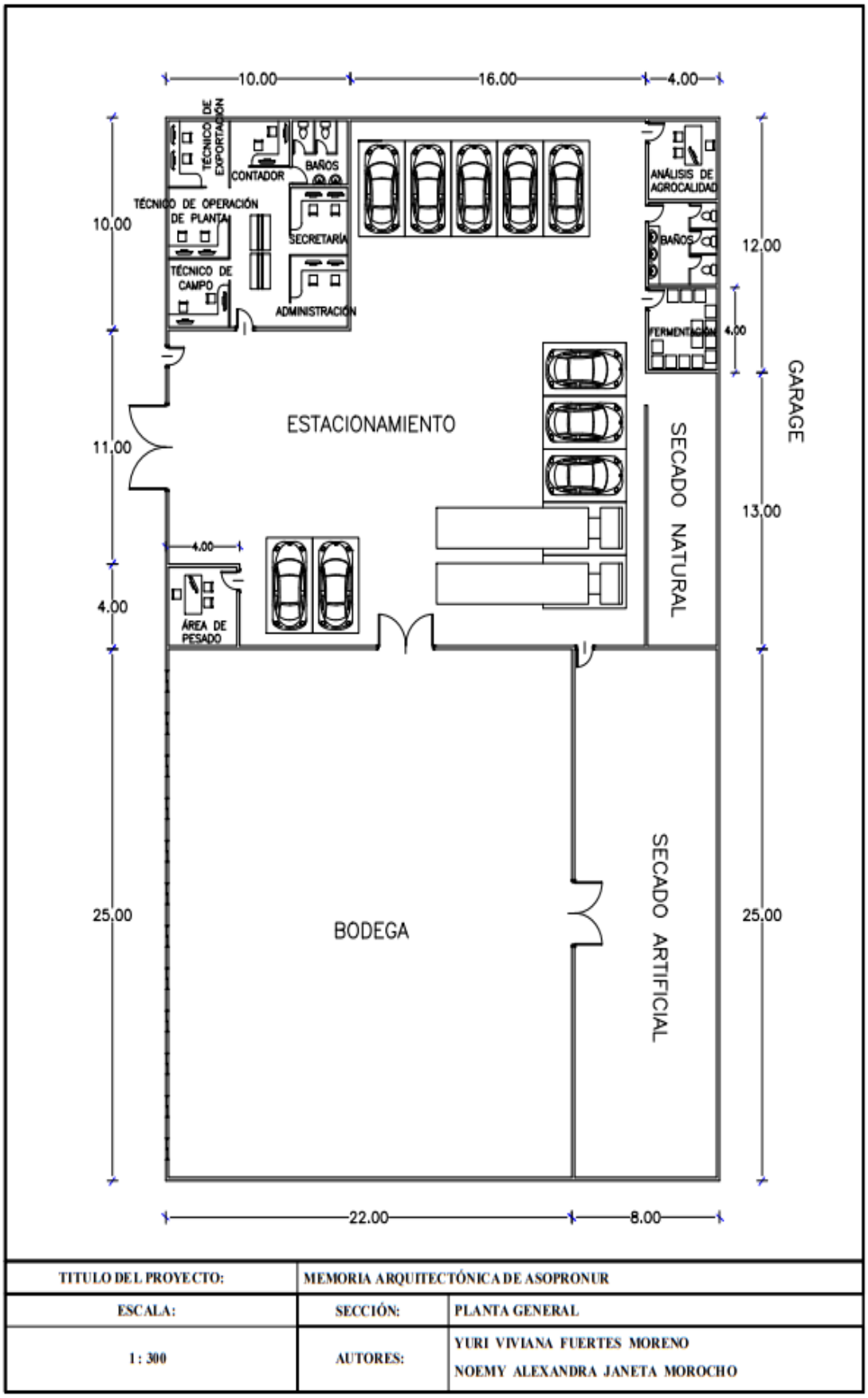


Gráfico 20-4: Micro Localización
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018



TITULO DEL PROYECTO:	MEMORIA ARQUITECTÓNICA DE ASOPRONUR	
ESCALA:	SECCIÓN:	PLANTA GENERAL
1 : 300	AUTORES:	YURI VIVIANA FUERTES MORENO NOEMY ALEXANDRA JANETA MOROCHO

Gráfico 21-4: Micro Localización
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.3.6 *Costos de terreno y obras civiles*

Tabla 30-4: Terrenos y obras civiles

Especificación	m2	Precio m2	Total
Construcción	1.500	$ 150,00	$ 225.000,00
Terreno	1.500	$ 30,00	$ 45.000,00
Total			**$ 270.000,00**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.3.7 *Especificaciones*

Tabla 31-4: Materia Prima Directa

Detalle	Quintal	Precio Unitario	Total	Nº Quintales	Costo Total
Cacao seco	1	$84,00	$84,00	30.216	$2.538.144,00
Total	**1**	**$84,00**	**$84,00**	**30.216**	**$2.538.144,00**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 32-4: Materia Prima Indirecta

Detalle	Cantidad	Pecio
Saco	1	$0,25
Piolas	1	$0,15
Total		**0,40**

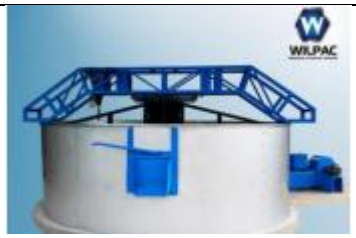
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.3.8 *Escogencia de la tecnología del producto (Comparación y/o por qué)*

Tabla 33-4: Tecnología del producto

Producto	Características	Imagen
Computadoras de Escritorio		
COMPU DYLAN	Computador AMD Memoria 4 Gigas DDR3 2666 RDIMM Disco Duro 320 Gb Soportar memoria hasta max. de 16GB DVD-RW Combo Case teclado maus y parlantes Monitor LG de 19.5” con salida HDMI incluye Cable	

Impresora Multifunción		
MERCADO LÍDER	impresora Epson Wf 2750 Sistema Adaptado Wifi Duplex 4 en 1: Escaneado, copia, impresión y envío por fax Wi-Fi y Wi-Fi Direct: Imprime sin cables estés donde estés Uso sencillo: Bandeja de papel de carga frontal para 150 páginas	
Escritorio de Oficina		
FABRIMUEBLES ECUADOR	De acero, sólidos y resistentes Pinturas en polvo electrostático horneado.	
Silla Giratoria		
NOVICOMPU	Silla de escritorio con Apoyabrazos Acolchada con ruedas suaves Cómodos reposabrazos Para 6 a 8 horas de uso intensivo	
Archivadores		
FABRIMUEBLES ECUADOR	Archivador Metálico de 4 Gavetas Cerradura de seguridad Heladeras, rodachines y niveladores en polietileno Pintura electrostática LAS MEDIDAS SON: ALTO: 120 cm ANCHO: 0.40 cm FONDO: 0.55 cm	

Sillas de Espera		
FABRIMUEBLES ECUADOR	Sillas De Visita Y Esperas Tri Personal - Mueble De Oficina. Acolchadas y Cómodas. De acero, sólidos y resistentes	
Estanterias		
FABRIMUEBLES ECUADOR	De acero, sólidos y resistentes Cerradura de seguridad Pintura electrostática Medida de 80x40x40cm	
Seleccionadoras Gravimétricas		
TECNATROP SRL	Seleccionadoras Gravimétricas IMSA-3 Marca: IMSA Capacidad: 2000 kg./h Peso de máquina (Kg): 200 Para su instalación Requiere: Interruptor Termo magnético de 30 amperios	
Secadora de Cacao		
AGROINDUSTRIAS WILPAC	Secadora de Cacao Msz-075 Capacidad: 2.300 – 23.000 kg./h	
Descarificadora de cacao		
MAQUIAGRO	Descarificadora de cacao DESC – 300 Marca: MAQUIAGRO Capacidad: 300 kg./h Para su instalación Requiere: Interruptor Termo magnético de 30 amperios	

Cosedora Continua		
INTECAS DISTRIBUIDORA	Cosedora de saco GK26 Procedencia: China. Fabricante: Orient. Modelo: GK26 Peso con el empaque: 6 kgs Dimensiones: 27.5 cm ancho, 37 cm largo, 30.5 cm alto Aguja: DN x1. Fuente: 120 volts 60 hz Asa: de plástico Costura: cadeneta sencilla Capacidad: 4 a 8 bolsas por minuto	
Pesa Grande		
S&B IMPORT	Balanza electrónica CAMRY 300 kg Capacidad máxima 300 kg Tamaño de plataforma 40 x 50 cm Funciones de tare y calibración Display led de color rojo 1 Celda de carga central sigle point Patas vulcanizadas para nivelación	
Montacargas		
RMULTIMARCAS ECUADOR	Montacargas manual Eleva 170 centímetros o 1.7 metros Capacidad: 2000 kg o 2 toneladas.	

Medidor de Humedad		
MERCADO LÍDER	Medidor De Humedad Y Temperatura En Granos Utilizó el exclusivo chip Micro-computadora para ofrecer una medición precisa y de gran alcance Pantalla LCD da lecturas exactas sin adivinar Las luces LED proporcionan un estado rápido del grano que se está probando Puede aplicarse a la prueba de granos, alimentos y piensos embalados	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.3.9 *Vida útil del proyecto*

Para iniciar con el estudio y las proyecciones al proyecto es necesario tomar como referencia el índice inflacionario del estado ecuatoriano que fue del 0,27% para el año 2018, tiene una vida útil de 5 años.

4.3.10 *Gastos de Mantenimiento*

Tabla 34-4: Mantenimiento Anual

Detalle	Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimiento	$42,77	$513,20	$514,59	$515,98	$517,37	$518,77
TOTAL	$42,77	$513,20	$514,59	$515,98	$517,37	$518,77

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.3.11 *Insumos, servicios y mano de obra*

Tabla 35-4: Insumos Anual

Detalle	Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios Básicos	$360,00	$4.320,00	$4.331,66	$4.343,36	$4.355,09	$4.366,85
Insumos	$220,00	$2.640,00	$2.647,13	$2.654,28	$2.661,44	$2.668,63
TOTAL	**$580,00**	**$6960,00**	**$6978,79**	**$6997,64**	**$7016,53**	**$7035,48**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 36-4: Mano de Obra

Nº	PUESTO	Año 1
	Gastos de Administración	
1	Administrador	$15.224,00
1	Contador General	$10.772,60
1	Secretaría	$7.805,00
	Mano de Obra Directa	
1	Técnico de Operaciones de Planta	$7.063,10
1	Asistente Tecno Integral	$7.063,10
1	Operador de Maquinaria	$7.063,10
	Mano de Obra Indirecta	
1	Jefe Técnico de Campo	$7.063,10
	Estibadores	$5.400,00
	Gastos de ventas	
1	Asesor Comercial	$12.256,40
8	**TOTAL**	**$79.710,40**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.3.12 *Abastecimiento de materias primas:*

Tabla 37-4: M.P. Requerida Anualmente

Detalle	Cantidad
Año 1	30.216
Año 2	31.122
Año 3	32.056
Año 4	33.018
Año 5	34.008
TOTAL	160.420

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.3.12.1 *Análisis de la producción y disponibilidad de materias primas*

Se dispondrá de un crecimiento anual del 3% en la recepción de materia prima, obteniendo el primer año 2100 toneladas la cual representa 30216 costales de cacao con un peso de 69.5 kilogramos. Para el quinto años tenemos una proyección de 2364 toneladas la cual representa 34008 costales de cacao con un peso de 69.5 kilogramos.

4.4 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PLAN DE NEGOCIOS

4.4.1 *Estructuración financiera del proyecto*

Tabla 38-4: Objetivos estratégicos

O.E.	Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
1	Planos	$3.000,00					$3.000,00
2	Gastos de Constitución	$1.500,00					$1.500,00
3	Plan de Desarrollo		$500,00	$500,00			$1.000,00
4	Sellos de Calidad	$1.000,00	$1.000,00	$1.000,00			$3.000,00
5	Plan de Marketing	$500,00	$500,00	$500,00	$500,00	$500,00	$2.500,00
	Total	**$6.000,00**	**$2.000,00**	**$2.000,00**	**$500,00**	**$500,00**	**$11.000,00**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.4.1.1 *Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento*

Tabla 39-4: Plan de Inversión

Detalle	Año 1
Edificio	$270.000,00
Activos fijos	$16.704,00
Costos fijos Prepagados	$13.431,01
Costos variables Prepagados	$649.999,76
Objetivos del primer año	$6.000,00
Gastos de administración Prepagados	$9.470,75
Gastos de ventas Prepagados	$3.960,27
Total inversión	**$969.565,78**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 40-4: Fuentes de Financiamiento

Detalle	Año 1
Socios 107	$500,00
Aporte Socios	$53.500,00
Crédito bancario	$916.065,78
Total inversión	**$969.565,78**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.4.1.2 *Programa y calendario de inversiones*

Tabla 41-4: Fuentes de Financiamiento

Numero Cuota	Fecha	Saldo Capital	Capital	Interés 8,25%	Valor Cuota
0	2019	$916.065,78			
1	2020	$760.692,85	$155.372,93	$75.575,43	$230.948,35
2	2021	$592.501,66	$168.191,19	$62.757,16	$230.948,35
3	2022	$410.434,70	$182.066,97	$48.881,39	$230.948,35
4	2023	$213.347,21	$197.087,49	$33.860,86	$230.948,35
5	2024	$0,00	$213.347,21	$17.601,14	$230.948,35
	TOTAL:		**$916.065,78**	**$238.675,98**	**$1.154.741,76**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.4.1.3 *Depreciaciones de activos fijos, amortizaciones y activos diferidos*

Tabla 42-4: Activo Fijo

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Total	% valor residual	Valor Residual	% de Depreciación	Depreciación anual
Equipo de computo		**$500,00**	**$2.824,00**		**$282,40**		**$847,20**
Computadoras	7	$331,00	$2.317,00	10%	$231,70	33%	$695,10
Impresora	3	$169,00	$507,00	10%	$50,70	33%	$152,10
Muebles y enseres		**$548,00**	**$3.616,00**		**$361,60**		**$325,44**
Escritorio de oficina	7	$200,00	$1.400,00	10%	$140,00	10%	$126,00
Silla giratoria	7	$43,00	$301,00	10%	$30,10	10%	$27,09
Archivadores	7	$115,00	$805,00	10%	$80,50	10%	$72,45
Sillas de espera	5	$110,00	$550,00	10%	$55,00	10%	$49,50
Estanterías	7	$80,00	$560,00	10%	$56,00	10%	$50,40
Maquinaria y equipo		**$9.847,00**	**$10.264,00**		**$1.026,40**		**$923,76**
Seleccionadora Gravimétrica	1	$2.200,00	$2.200,00	10%	$220,00	10%	$198,00
Secadora de Cacao	1	$4.200,00	$4.200,00	10%	$420,00	10%	$378,00
Descarificadora de cacao	1	$1.800,00	$1.800,00	10%	$180,00	10%	$162,00
Cosedora continúa	2	$120,00	$240,00	10%	$24,00	10%	$21,60
Pesa grande	2	$127,00	$254,00	10%	$25,40	10%	$22,86
Montacargas	1	$1.230,00	$1.230,00	10%	$123,00	10%	$110,70
Medidor de humedad	2	$170,00	$340,00	10%	$34,00	10%	$30,60
Activo Fijo Depreciable		**$225.000,00**	**$225.000,00**		**$22.500,00**		**$10.125,00**
Edificio	1	$225.000,00	$225.000,00	10%	$22.500,00	5%	$10.125,00
TOTAL		**$235.895,00**	**$241.704,00**		**$24.170,40**		**$12.221,40**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 43-4: Depreciación Gastos

Detalle	Gastos administrativos	Gastos de ventas	Costos Generales de Fabricación	Total
Equipo de computo	**$447,90**	**$150,00**	**$249,30**	**$847,20**
Computadoras	$397,20	$99,30	$198,60	$695,10
Impresora	$50,70	$50,70	$50,70	$152,10
Muebles y enseres	**$258,48**	**$59,67**	**$109,44**	**$427,59**
Escritorio de oficina	$72,00	$18,00	$36,00	$126,00
Silla giratoria	$15,48	$3,87	$7,74	$27,09
Archivadores	$82,80	$20,70	$41,40	$144,90
Sillas de espera	$59,40	$9,90	$9,90	$79,20
Estanterías	$28,80	$7,20	$14,40	$50,40
Maquinaria y equipo			**$923,76**	**$923,76**
Seleccionadora Gravimétrica			$198,00	$198,00
Secadora de Cacao			$378,00	$378,00
Descalificadora de cacao			$162,00	$162,00
Cosedora continúa			$21,60	$21,60
Pesa grande			$22,86	$22,86
Montacargas			$110,70	$110,70
Medidor de humedad			$30,60	$30,60
Activo Fijo Depreciable	**$3.375,00**	**$3.375,00**	**$3.375,00**	**$10.125,00**
Edificio	$3.375,00	$3.375,00	$3.375,00	$10.125,00
TOTAL	**$4.081,38**	**$3.584,67**	**$4.657,50**	**$12.323,55**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.4.1.4 *Programa de producción y ventas*

Tabla 44-4: Programa de producción

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad Máxima de Producción	91564	91564	91564	91564	91564
Proyección de Ventas	30216	31122	32056	33018	34008
Capacidad en Uso	**33%**	**34%**	**35%**	**36%**	**37%**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 45-4: Programa de ventas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio de Venta	$114,17	$114,48	$114,79	$115,10	$115,41
Proyección de Ventas	30.216	31.122	32.056	33.018	34.008
Ingresos por Ventas	**$3.449.839,99**	**$3.562.929,20**	**$3.679.725,58**	**$3.800.350,66**	**$3.924.929,96**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.4.1.5 *Costos de materias primas, materiales indirectos, suministros y servicios, mano de obra directa e indirecta*

Tabla 46-4: Costos de materia prima directa

Detalle	Precio	Cantidad	Costo Total
Año 1	$84,00	30.216	$2.538.144,00
Año 2	$84,23	31.122	$2.621.346,90
Año 3	$84,45	32.056	$2.707.277,27
Año 4	$84,68	33.018	$2.796.024,53
Año 5	$84,91	34.008	$2.887.681,01

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 47-4: Costos de materia prima indirecta

Detalle	Precio	Costo Total
Año 1	$0,40	$12.086,40
Año 2	$0,40	$12.482,60
Año 3	$0,40	$12.891,80
Año 4	$0,40	$13.314,40
Año 5	$0,40	$13.750,86

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 48-4: Suministros y servicios

Detalle	Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios Básicos	$360,00	$4.320,00	$4.331,66	$4.343,36	$4.355,09	$4.366,85
Insumos	$220,00	$2.640,00	$2.647,13	$2.654,28	$2.661,44	$2.668,63
Mantenimiento	$42,77	$513,20	$514,59	$515,98	$517,37	$518,77
Imprevistos	$332,13	$3.985,52	$3.996,28	$4.007,07	$4.017,89	$4.028,74
TOTAL	**$954,89**	**$11.458,72**	**$11.489,66**	**$11.520,68**	**$11.551,79**	**$11.582,98**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 49-4: Mano de Obra

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra directa	**$21.189,30**	**$22.981,34**	**$23.043,39**	**$23.105,61**	**$43.234,52**
Técnico de operaciones de planta	$7.063.10	$7.660,45	$7.681,13	$7.701,87	$7.722,66
Asistente Tecno Integral	$7.063.10	$7.660,45	$7.681,13	$7.701,87	$7.722,66
Operador de Maquinaria	$7.063.10	$7.660,45	$7.681,13	$7.701,87	$7.722,66
Mano de obra indirecta	**$12.463,10**	**$13.172,23**	**$13.207,79**	**$13.243,45**	**$13.279,21**
Jefe técnico de campo	$7.063,10	$7.660,45	$7.681,13	$7.701,87	$7.722,66
Estibadores	$5.400,00	$5.511,78	$5.526,66	$5.541,58	$5.556,55
Total	**$33.652,40**	**$36.153,57**	**$36.251,18**	**$36.349,06**	**$36.447,20**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.4.1.6 *Gastos de administración, ventas y financieros*

Tabla 50-4: Gasto Administrativo

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de admiración	**$33.801,60**	**$36.721,96**	**$36.821,11**	**$36.920,53**	**$37.020,22**
Administrador	$15.224,00	$16.551,44	$16.596.13	$16.640,94	$16.685,87
Contador general	$10.772,60	$11.701,81	$11.733,40	$11.765,08	$11.796,85
Secretaría	$7.805,00	$8.468,72	$8.491,58	$8.514,51	$8.537,50

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 51-4: Gasto de Ventas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de ventas	**$12.256,40**	**$13.318,35**	**$13.354,31**	**$13.390,37**	**$13.426,52**
Asesor Comercial	$12.256,40	$13.318,35	$13.354,31	$13.390,37	$13.426,52

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 52-4: Resumen Gasto Administrativo

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de administración	$33.801,60	$36.721,96	$36.821,11	$36.920,53	$37.020,22
Depreciación	$4.081,38	$4.081,38	$4.081,38	$4.081,38	$4.081,38
Total	**$37.882,98**	**$40.803,34**	**$40.902,49**	**$41.001,91**	**$41.101,60**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 53-4: Resumen Gasto de Ventas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de ventas	$12.256,40	$13.318,35	$13.354,31	$13.390,37	$13.426,52
Depreciación	$3.584,67	$3.584,67	$3.584,67	$3.584,67	$3.584,67
Total	**$15.841,07**	**$16.903,02**	**$16.938,98**	**$16.975,04**	**$17.011,19**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 54-4: Gasto Financiero

Fecha	Monto
Año 0	
Año 1	$75.575,43
Año 2	$62.757,16
Año 3	$48.881,39
Año 4	$33.860,86
Año 5	$17.601,14

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.4.1.7 *Resumen de costos y gastos*

Tabla 55-4: Generales de Fabricación

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano obra indirecta	$12.463,10	$7.660,45	$7.681,13	$7.701,87	$7.722,66
Gastos	$11.458,72	$11.834,35	$12.222,29	$12.622,95	$13.036,74
Depreciaciones	$4.657,50	$4.657,50	$4.657,50	$4.657,50	$4.657,50
Materia prima indirecta	$12.086,40	$12.482,60	$12.891,80	$13.314,40	$34.008,37
Total Costos generales de fabricación	**$40.665,72**	**$36.634,90**	**$37.452,72**	**$38.296,72**	**$59.425,28**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 56-4: Costos de Producción

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima directa	$2.538.144,00	$2.621.346,90	$2.707.277,27	$2.796.024,53	$2.887.681,01
Mano de obra directa	$21.189,30	$22.981,34	$23.043,39	$23.105,61	$23.167,99
Costos Generales de Fabricación	$40.665,72	$36.634,90	$37.452,72	$38.296,72	$59.425,28
Costo de producción	**$2.599.999,02**	**$2.680.963,14**	**$2.767.773,38**	**$2.857.426,86**	**$2.970.274,28**
Costo unidad producida	$86,05	$86,14	$86,34	$86,54	$87,34

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 57-4: Costos Fijos y Variables

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos	$53.724,05	$57.706,36	$57.841,47	$57.976,95	$58.112,79
Costos Variables	$2.599.999,02	$2.680.963,14	$2.767.773,38	$2.857.426,86	$2.970.274,28
Costo Total	**$2.653.723,07**	**$2.738.669,50**	**$2.825.614,85**	**$2.915.403,80**	**$3.028.387,07**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.4.1.8 *Capital de trabajo*

Tabla. 58-4: Resumen Talento Humano

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de administración	$33.801,60	$36.721,96	$36.821,11	$36.920,53	$37.020,22
Mano de obra directa	$21.189,30	$22.981,34	$23.043,39	$23.105,61	$23.167,99
Mano de obra indirecta	$12.463,10	$7.660,45	$7.681,13	$7.701,87	$7.722,66
Gastos de ventas	$12.256,40	$13.318,35	$13.354,31	$13.390,37	$13.426,52
TOTAL	**$79.710,40**	**$80.682,10**	**$80.899,95**	**$81.118,38**	**$81.337,40**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.4.1.9 *Flujo de caja (comparativo con y sin financiamiento)*

Tabla 59-4: Flujo de Caja con Financiamiento

Detalle	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Inversión inicial	-$969.565,78					
Flujo de ventas		$3.449.839,99	$3.562.520,90	$3.677.878,62	$3.797.013,78	$3.946.384,96
menos Costo de producción		$2.595.341,52	$2.676.305,64	$2.763.115,88	$2.852.769,36	$2.965.616,78
menos Gastos totales		$139.956,98	$127.121,03	$113.380,36	$96.995,31	$80.871,43
menos Impuestos		$302.030,82	$309.239,82	$316.110,56	$323.519,51	$331.947,02
Flujo neto de efectivo	-$969.565,78	$412.510,68	$449.854,41	$485.271,82	$523.729,61	$567.949,72
Flujo neto de efectivo						
Inversión inicial	-$969.565,78					
Flujo de Caja		$412.510,68	$449.854,41	$485.271,82	$523.729,61	$567.949,72
Tipo de descuento	15,11%	15,11%	15,11%	15,11%	15,11%	15,11%
(1+r)^n	1	1,15	1,33	1,53	1,76	2,02
1/(1+r)^n	1	0,87	0,75	0,66	0,57	0,49
Flujo de caja descontado	-$969.565,78	$358.352,51	$339.486,51	$318.134,57	$298.269,04	$280.986,99
VAN	**$625.663,85**					

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Tabla 60-4: Flujo de Caja sin Financiamiento

Detalle	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Inversión inicial	-$1.081.761,21					
Flujo de ventas		$4.851.962,94	$5.112.167,06	$5.495.977,98	$6.074.594,16	$6.864.898,87
menos Costo de producción		$3.631.279,35	$3.824.194,75	$4.111.635,34	$4.544.947,28	$5.136.487,41
menos Gastos totales		$56.950,15	$49.357,49	$50.447,29	$49.045,95	$50.153,59
menos Impuestos		$465.082,10	$483.021,23	$504.266,53	$533.487,58	$570.630,27
Flujo neto de efectivo	-$1.081.761,21	$698.651,34	$755.593,59	$829.628,81	$947.113,35	$1.107.627,61
Flujo neto de efectivo						
Inversión inicial	-$1.081.761,21					
Flujo de Caja		$698.651,34	$755.593,59	$829.628,81	$947.113,35	$1.107.627,61
Tipo de descuento	28,12%	28,12%	28,12%	28,12%	28,12%	28,12%
(1+r)^n	1	1,28	1,64	2,10	2,69	3,45
1/(1+r)^n	1	0,78	0,61	0,48	0,37	0,29
Flujo de caja descontado	-$1.081.761,21	$545.289,38	$460.279,21	$394.442,28	$351.453,71	$320.794,19
VAN	**$990.497,56**					

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.4.1.10 *Detalle de las proyecciones de ingresos*

Tabla 61-4: Proyecciones de Ingresos

Detalle	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Costo Variable	$86,05	$86,14	$86,34	$86,54	$87,34
Costo Fijo	$1,78	$1,91	$1,91	$1,92	$1,92
Costo Total	$87,83	$88,05	$88,26	$88,46	$89,26
Utilidad	30%	30%	30%	30%	30%
Precio	**$114,17**	**$114,47**	**$114,73**	**$115,00**	**$116,04**
Total	**$3.449.839,99**	**$3.562.520,90**	**$3.677.878,62**	**$3.797.013,78**	**$3.946.384,96**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.4.1.11 *Estado de pérdidas y ganancias*

Tabla 62-4: Estado de Resultados

Detalle	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Ventas	$3.449.839,99	$3.562.520,90	$3.677.878,62	$3.797.013,78	$3.946.384,96
Costo de producción	$2.595.341,52	$2.676.305,64	$2.763.115,88	$2.852.769,36	$2.965.616,78
Utilidad Bruta	**$854.498,47**	**$886.215,26**	**$914.762,74**	**$944.244,43**	**$980.768,17**
Gastos administrativos	$33.801,60	$36.721,96	$36.821,11	$36.920,53	$37.020,22
Gastos de ventas	$12.256,40	$13.318,35	$13.354,31	$13.390,37	$13.426,52
Utilidad Operacional	**$808.440,47**	**$836.174,95**	**$864.587,32**	**$893.933,53**	**$930.321,44**
Gastos financieros	$75.575,43	$62.757,16	$48.881,39	$33.860,86	$17.601,14
Utilidad Financiera	**$732.865,04**	**$773.417,79**	**$815.705,93**	**$860.072,67**	**$912.720,29**
Otros Gastos	$18.323,55	$14.323,55	$14.323,55	$12.823,55	$12.823,55
Gastos según presupuesto	$6.000,00	$2.000,00	$2.000,00	$500,00	$500,00
Depreciaciones	$12.323,55	$12.323,55	$12.323,55	$12.323,55	$12.323,55
Utilidad antes de impuesto	**$714.541,49**	**$759.094,24**	**$801.382,38**	**$847.249,12**	**$899.896,74**
Impuesto participación trabajadores	$107.181,22	$113.864,14	$120.207,36	$127.087,37	$134.984,51
Utilidad A.I.R.	**$607.360,27**	**$645.230,10**	**$681.175,02**	**$720.161,75**	**$764.912,23**
Impuesto a la renta	$194.849,59	$195.375,69	$195.903,20	$196.432,14	$196.962,51
Utilidad del ejercicio	**$412.510,68**	**$449.854,41**	**$485.271,82**	**$523.729,61**	**$567.949,72**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.4.1.12 *Balance general*

Tabla 63-4: Balance General

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo						
Activo Circulante		**$726.762,89**	**$783.537,04**	**$838.046,58**	**$896.134,72**	**$961.003,74**
Disponible		**$660.383,33**	**$648.726,33**	**$634.245,13**	**$621.788,55**	**$612.934,01**
Caja		$358.352,51	$339.486,51	$318.134,57	$298.269,04	$280.986,99
Bancos		$302.030,82	$309.239,82	$316.110,56	$323.519,51	$331.947,02
Exigible		**$66.379,56**	**$134.810,71**	**$203.801,45**	**$274.346,16**	**$348.069,73**
Cuentas por Cobrar		$66.379,56	$134.810,71	$203.801,45	$274.346,16	$348.069,73
Activo Fijo	**$286.704,00**	**$274.482,60**	**$262.261,20**	**$250.039,80**	**$237.818,40**	**$225.597,00**
No Depreciables	**$45.000,00**	**$45.000,00**	**$45.000,00**	**$45.000,00**	**$45.000,00**	**$45.000,00**
Terreno	$45.000,00	$45.000,00	$45.000,00	$45.000,00	$45.000,00	$45.000,00
Depreciables	**$241.704,00**	**$229.482,60**	**$217.261,20**	**$205.039,80**	**$192.818,40**	**$180.597,00**
Equipo de computo	$2.824,00	$2.824,00	$2.824,00	$2.824,00	$2.824,00	$2.824,00
Muebles y enseres	$3.616,00	$3.616,00	$3.616,00	$3.616,00	$3.616,00	$3.616,00
Maquinaria y equipo	$10.264,00	$10.264,00	$10.264,00	$10.264,00	$10.264,00	$10.264,00
Edificio	$225.000,00	$225.000,00	$225.000,00	$225.000,00	$225.000,00	$225.000,00
Depreciación Acumulada		$12.221,40	$24.442,80	$36.664,20	$48.885,60	$61.107,00
Otros Activos	**$682.861,78**	**$682.861,78**	**$684.861,78**	**$686.861,78**	**$687.361,78**	**$687.861,78**
Costos fijos Prepagados	$13.431,01	$13.431,01	$13.431,01	$13.431,01	$13.431,01	$13.431,01
Costos variables Prepagados	$649.999,76	$649.999,76	$649.999,76	$649.999,76	$649.999,76	$649.999,76
Objetivos Estratégicos	$6.000,00	$6.000,00	$8.000,00	$10.000,00	$10.500,00	$11.000,00
Gastos	$9.470,75	$9.470,75	$9.470,75	$9.470,75	$9.470,75	$9.470,75
Gastos de ventas Prepagados	$3.960,27	$3.960,27	$3.960,27	$3.960,27	$3.960,27	$3.960,27
Total Activo	**$969.565,78**	**$1.684.107,27**	**$1.730.660,02**	**$1.774.948,16**	**$1.821.314,90**	**$1.874.462,52**

Pasivo						
Pasivo Circulante	**$0,00**	**$457.403,74**	**$479.431,02**	**$500.177,52**	**$521.107,00**	**$545.794,23**
Obligaciones a corto Plazo		$155.372,93	$168.191,19	$182.066,97	$197.087,49	$213.347,21
Cuentas por pagar			$2.000,00	$2.000,00	$500,00	$500,00
Impuesto Trabajadores		$107.181,22	$113.864,14	$120.207,36	$127.087,37	$134.984,51
Impuesto a la renta		$194.849,59	$195.375,69	$195.903,20	$196.432,14	$196.962,51
Pasivo L/P	**$916.065,78**	**$760.692,85**	**$592.501,66**	**$410.434,70**	**$213.347,21**	**$0,00**
Crédito bancario	$916.065,78	$760.692,85	$592.501,66	$410.434,70	$213.347,21	
Total Pasivo	**$916.065,78**	**$1.218.096,60**	**$1.071.932,68**	**$910.612,22**	**$734.454,21**	**$545.794,23**
Patrimonio						
Capital social	$53.500,00	$53.500,00	$208.872,93	$377.064,12	$559.131,08	$756.218,57
Resultados no asignados				$2.000,00	$4.000,00	$4.500,00
Utilidad del Ejercicio		$412.510,68	$449.854,41	$485.271,82	$523.729,61	$567.949,72
Total Patrimonio	**$53.500,00**	**$466.010,68**	**$658.727,34**	**$864.335,94**	**$1.086.860,69**	**$1.328.668,30**
Total Pasivo + Patrimonio	**$969.565,78**	**$1.684.107,27**	**$1.730.660,02**	**$1.774.948,16**	**$1.821.314,90**	**$1.874.462,52**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.4.2 *Evaluación del proyecto*

4.4.2.1 *Principales criterios de evaluación*

Al determinar los cuatro factores financieros importantes como lo son: el VAN con $625.663,85; el TIR con 20,3%; el CB con 1,23 y el PRI con 4 años 2 meses, estos valores son positivos lo cual demuestra que nuestro proyecto es viable a través del tiempo.

4.4.2.2 *Punto de equilibrio*

$$\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{PVU} \quad \text{CVU}}$$

Tabla 64-4: Punto de Equilibrio

Detalle	Costos Fijos	PVU	CVU	PEU	PE$
Año 1	$53.724,05	$114,17	$87,83	2.039	$232.804,22
Año 2	$57.706,36	$114,47	$88,05	2.185	$250.060,91
Año 3	$57.841,47	$114,73	$88,26	2.185	$250.646,39
Año 4	$57.976,95	$115,00	$88,46	2.185	$251.233,44
Año 5	$58.112,79	$116,04	$89,26	2.170	$251.822,08

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.4.2.3 *Índices financieros:*

a) Liquidez

Tabla 65-4: Razones de Liquidez

Razón	Sigla	Formula	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razón Circulante	RC	Activo Circulante	$726.762,89	$783.537,04	$838.046,58	$896.134,72	$961.003,74
		Pasivo Circulante	$457.403,74	$479.431,02	$500.177,52	$521.107,00	$545.794,23
		RC	1,589	1,634	1,675	1,720	1,761
Capital de Trabajo	CT	Act. Cir.-Pas. Cir.	$269.359,15	$304.106,02	$337.869,05	$375.027,72	$415.209,52

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

b) Retorno (VAN, TIR, ROE, ROA)

Tabla 66-4: V.A.N.

Detalle	Monto
VAN	$625.663,85

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Interpretación: Al calcular el VAN tomamos los datos del Banco Central del Ecuador, donde se consideran las tres tasas referenciales como lo son: el costo de los préstamos, la tasa de inflación y el riesgo país, obteniendo un valor positivo de $625.663,85 lo cual es factible porque el VAN es mayor a cero. Con ello demostramos que podemos adquirir un financiamiento por instituciones financieras gubernamentales y no gubernamentales para la construcción del centro de acopio.

Tabla 67-4: T.I.R.

Año	Monto
0	-$969.565,78
1	$358.352,51
2	$339.486,51
3	$318.134,57
4	$298.269,04
5	$280.986,99
T.I.R.	20,3%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Interpretación: La Tasa interna de retorno de nuestro proyecto es del 20,3%, la cual supera a la tasa de descuento que es del 15,11% que suma (el costo de los préstamos, la tasa de inflación y el riesgo país), esto nos manifiesta un rendimiento mayor al mínimo requerido por lo tanto se puede definir que el TIR es más alto y genera mayor rentabilidad.

Tabla 68-4: R.O.E. y R.O.A.

Sigla	Formula	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROE	Utilidad del ejercicio	412.510,68	449.854,41	485.271,82	523.729,61	567.949,72
	Total Patrimonio	$466.010,68	$658.727,34	$864.335,94	$1.086.860,69	$1.328.668,30
	ROE	0,89	0,68	0,56	0,48	0,43
ROA	Utilidad del ejercicio	412.510,68	449.854,41	485.271,82	523.729,61	567.949,72
	Activos Brutos	$1.696.328,67	$1.755.102,82	$1.811.612,36	$1.870.200,50	$1.935.569,52
	ROA	0,24	0,26	0,27	0,28	0,29

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

c) Eficiencia

Tabla 69-4: Razones de Eficiencia

Razón	Sigla	Formula	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rotación Cuent x Cob	RCXC	Ventas	$ 3.449.839,99	$ 3.562.520,90	$ 3.677.878,62	$ 3.797.013,78	$ 3.946.384,96
		Cuentas por Cobrar	$66.379,56	$ 134.810,71	$ 203.801,45	$ 274.346,16	$ 348.069,73
		RCXC	52	26	18	14	11
Periodo Prom. Cobr	PPC	Cuentas por Cobrar / Ventas *360	$ 66.379,56 / $ 3.449.839,99 *360	$ 134.810,71 / $ 3.562.520,90 *360	$ 203.801,45 / $ 3.677.878,62 *360	$ 274.346,16 / $ 3.797.013,78 *360	$ 348.069,73 / $ 3.946.384,96 *360
		PPC	7	14	20	26	32
Rotación de Act. Fijos	RAF	Ventas	3.449.839,99	3.562.520,90	3.677.878,62	3.797.013,78	3.946.384,96
		Activo Fijo	$274.482,60	$262.261,20	$250.039,80	$237.818,40	$225.597,00
		RAF	13	14	15	16	17
Rotación de Act. Totales	RAT	Ventas	$ 3.449.839,99	$ 3.562.520,90	$ 3.677.878,62	$ 3.797.013,78	$ 3.946.384,96
		Total Activo	$ 1.684.107,27	$ 1.730.660,02	$ 1.774.948,16	$ 1.821.314,90	$ 1.874.462,52
		RAT	2	2	2	2	2

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

d) Apalancamiento

Tabla 70-4: Razones de Apalancamiento

Razón	Sigla	Formula	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Deuda Total	RDT	Total Pasivo	$1.218.096,60	$1.071.932,68	$910.612,22	$734.454,21	$545.794,23
		Total Activo	$1.684.107,27	$1.730.660,02	$1.774.948,16	$1.821.314,90	$1.874.462,52
		RDT	$ 0,72	$ 0,62	$ 0,51	$ 0,40	$ 0,29
Endeudamiento Patr.	REP	Total Pasivo	$ 1.218.096,60	$ 1.071.932,68	$ 910.612,22	$ 734.454,21	$ 545.794,23
		Total Patrimonio	$ 466.010,68	$ 658.727,34	$ 864.335,94	$ 1.086.860,69	$ 1.328.668,30
		REP	$ 2,61	$ 1,63	$ 1,05	$ 0,68	$ 0,41

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

e) Rentabilidad

Tabla 71-4: Razones de Rentabilidad

Razón	Sigla	Formula	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Margen de Util. Bruta	MUB	Utilidad Bruta	$ 854.498,47	$ 886.215,26	$ 914.762,74	$ 944.244,43	$ 980.768,17
		Ventas	$ 3.449.839,99	$ 3.562.520,90	$ 3.677.878,62	$ 3.797.013,78	$ 3.946.384,96
		MUB	25%	25%	25%	25%	25%
Margen de Util. Oper.	MUO	Utilidad Operacional	$ 808.440,47	$ 836.174,95	$ 864.587,32	$ 893.933,53	$ 930.321,44
		Ventas	$ 3.449.839,99	$ 3.562.520,90	$ 3.677.878,62	$ 3.797.013,78	$ 3.946.384,96
		MUO	23%	23%	24%	24%	24%
Margen de Util. Neta	MUN	Utilidad del ejercicio	$ 412.510,68	$ 449.854,41	$ 485.271,82	$ 523.729,61	$ 567.949,72
		Ventas	$ 3.449.839	$ 3.562.520,90	$ 3.677.878,62	$ 3.797.013,78	$ 3.946.384,96
		MUN	12%	13%	13%	14%	14%
Rendimiento de la Invers.	RI	Utilidad del ejercicio	$ 412.510,68	$ 449.854,41	$ 485.271,82	$ 523.729,61	$ 567.949,72
		Total Activo	$ 1.684.107,27	$ 1.730.660,02	$ 1.774.948,16	$ 1.821.314,90	$ 1.874.462,52
		RI	24%	26%	27%	29%	30%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

f) Tasa máxima activa referencial

Tabla 72-4: T.M.A.R.

Financiamiento	$	%	Costo del Capital	Ponderación del Capital	
Propio	$53.500,00	5,52	5,72	0,32	
Crédito	$916.065,78	94,48	8,25	7,79	
Total	$969.565,78	100		8,11	T. de no Riesgo
				7	Riesgo del Inversionista
				15,11	**T.M.A.R**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

g) G.A.O y G.A.F.

Tabla 73-4: G.A.O. y G.A.F.

Sigla	Formula	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
GAO	Margen de Cont.	$854.498,47	$886.215,26	$914.762,74	$944.244,43	$980.768,17
	Utilid. AII	$714.541,49	$759.094,24	$801.382,38	$847.249,12	$899.896,74
	GAO	1,20	1,17	1,14	1,11	1,09
GAF	Utilid. AII	$714.541,49	$759.094,24	$801.382,38	$847.249,12	$899.896,74
	Utilid. AI	$607.360,27	$645.230,10	$681.175,02	$720.161,75	$764.912,23
	GAF	1,18	1,18	1,18	1,18	1,18

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

4.4.3 *Periodo de recuperación de la inversión*

Tabla 74-4: Periodo de Recuperación de la Inversión

Años	FNE	Factor de Actualización	FNE Actualizados	FNE Actualizados y Acumulados
0	-$ 969.565,78	1,000000	-$ 969.565,78	-$ 969.565,78
1	$ 358.352,51	0,868734	$ 311.313,10	-$ 658.252,68
2	$ 339.486,51	0,754699	$ 256.210,20	-$ 402.042,48
3	$ 318.134,57	0,655633	$ 208.579,54	-$ 193.462,94
4	$ 298.269,04	0,569571	$ 169.885,37	-$ 23.577,58
5	$ 280.986,99	0,494806	$ 139.033,98	$ 115.456,40

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

Interpretación: De acuerdo a este indicador se pudo comprobar que, si se plantea el proyecto, la inversión que se efectuó tendrá un periodo de retorno a partir del año cuatro y dos meses. Con esto se comprueba que el plan de negocios es viable.

4.4.4 *Análisis del costo/beneficio*

Tabla 75-4: Costo Beneficio

Año	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
1	$3.449.839,99	$2.842.479,72
2	$3.562.520,90	$2.917.290,80
3	$3.677.878,62	$2.996.703,60
4	$3.797.013,78	$3.076.852,03
5	$3.946.384,96	$3.181.472,72
Total	**$18.433.638,25**	**$15.014.798,88**

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fuertes Y, Janeta N. 2018

$$C/B = \frac{Ingresos\ Actualizados}{Egresos\ Actualizados}$$

$$C/B = \frac{\$18.433.638,25}{\$15.014.798,88}$$

$$C/B = 1,23$$

Interpretación: El Costo beneficio de nuestro proyecto es de 1,23 siendo mayor a uno lo que representa que nuestro plan de negocios es viable generando rentabilidad por cada dólar invertido ganamos 0,23 dólares a beneficio de ASOPRONUR.

CONCLUSIONES

- Para conocer los factores que envuelve a la asociación ASOPRONUR, se desarrolló la matriz FODA donde permite demostrar las fortalezas con una producción agrícola de cacao y como valor agregado cuenta con una certificación internacional de comercio justo. De acuerdo a las debilidades los socios se encuentran insatisfechos porque no reciben los beneficios suficientes por la intermediación, encontrando como amenazas a empresas mejor organizadas en la cual su objetivo es la creación de un centro de acopio buscando financiamiento en entidades financieras como la CFN.

- Al investigar las tendencias de mercado en el Ecuador encontramos 29 empresas dedicadas a la exportación y transformación de la almendra de cacao, quienes están interesadas en adquirir nuestra producción, ASOPRONUR planea el primer año vender 30216 costales con un peso de 69,5 kilogramos. Obteniendo un crecimiento anual del 3% en ventas.

- Finalmente, al evaluar el proyecto logramos los siguientes resultados: un VAN de $625.663,85; un TIR de 20,3%; un Costo Beneficio de $1,23 y un PRI de 4 años dos meses para la recuperación de la inversión realizada. Resumiendo estos datos podemos decir que el plan de negocios para la creación de un centro de acopio de cacao en el cantón Urdaneta, provincia de Los Ríos, es rentable y se convertiría en una fuente de ingresos sostenible para los socios de ASOPRONUR.

RECOMENDACIONES

- Incentivar y capacitar a los socios de ASOPRONUR para que se mantengan realizando la siembra y cosecha de cacao orgánico y a todo el personal administrativo en temas acorde a las necesidades de la asociación.

- Realizar alianzas comerciales con empresas exportadoras y transformadoras de la almendra de cacao, que brinden apertura a un nuevo nicho de mercado, y establecer la identidad propia de la asociación en el mercado. Dar a conocer a los productores de cacao todos los beneficios que tienen al vender su producción en el centro de acopio de ASOPRONUR, mediante campañas y casas abiertas informativas a cada recinto.

- Se recomienda a la directiva de ASOPRONUR ejecutar el proyecto de investigación llamado plan de negocios para la creación de un centro de acopio de cacao de la Asociación de producción agrícola Nuevo Urdaneta del cantón Urdaneta, provincia de los Ríos, ya que mediante los resultados financieros demuestran que el proyecto es rentable y posteriormente cumplir con los requisitos legales que las instituciones financieras requiera para el financiamiento del centro de acopio.

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, C. (2009). *Innovación, competitividad y nuevos modelos de negocio.* Valencia : Cuadernos de investigación EPG.

Arimany, L. (Noviembre de 2010). *La Cadena de Valor*. Obtenido de https://www.luisarimany.com/la-cadena-de-valor/

Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución del Ecuador*. Montecristi: Asamblea Nacional Constituyente.

Asamblea Nacional Constituyente. (2014). *Ley Orgánica de Economia Popular Y Solidaria.* Obtenido de: http://www.cosede.gob.ec/wp-content/uploads/2013/09/leyorganicadelaeconomiapopularysolidariaydelsectorfinanciero.pdf

Asociación Nacional de Exportadores de Cacao - Ecuador. (24 de Febrero de 2015). *Un producto emblemático del Ecuador*. Obtenido de: http://www.anecacao.com/es/quienes-somos/cacao-nacional.html

Barrionuevo, J. (22 de 04 de 2013). *Metodo Inductivo - Deductivo.* Obtenido de: file:///C:/Users/carmitapc0910/Downloads/METODO%20INDUCTIVO-DEDUCTIVO.pdf

Bosquez, I., Jara, G. & Villacreses, J. (2013). *Proyecto de Factibilidad de un Centro de acopio de Cacao seco y Cacao en baba, en el Cantón Quinsaloma de la Provincia de Los Ríos.* Guayaquil: (Tesis de pregrado. Universidad de Guayaquil). Obtenido de:http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15610/1/TESIS%20ICF%20020%20%20Proyecto%20de%20factibilidad%20de%20un%20centro%20de%20acopio%20de%20cacao%20seco.pdf

Bruckner, A. (2008). *Modelos de Gestión Aplicada.* Madrid: ESIC.

Cañal, L. (2015). *Actualizacion Contable.* Obtenido de: https://www.de.ey.com/Publication/vwLUAssets/2015-05-Definicion-negocio-NIIF-3/$FILE/EY-Definicion-negocioNIIF-3revisada.pdf

Corporación Financiera Nacional. (Febrero de 2018). *Ficha sectorial:Cacao y Chocolate*

Obtenido de: https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2018/04/Ficha-Sectorial-Cacao.pdf

Duke, J., & Wain, K. (1981). *Medicinal plants of the world.* (3ª. ed.). Madrid: Algonac.

Fundación Codespa. (5 de Junio de 2016). *Las Cadenas Productivas: concepto, elementos y barreras*. Obtenido de: http://www.redeamerica.org/Noticia-detalle/ArtMID/2470/ArticleID/1064/Las-Cadenas-Productivas-concepto-elementos-y-barreras

Indexmundi. (Noviembre de 2018). *Cacao en grano Precio Diario*. Obtenido de: https://www.indexmundi.com/es/precios-de-mercado/?mercancia=granos-de-cacao&meses=300

INFOCOMM UNCTAD. (2007). *Informacion de cacao sobre Productos Básicos de Cacao*. Obtenido de: http:/,'www.unctad.org intocomni cspagnol. cacao cadcna.htm

Jimenez, J. (2 de Julio de 2013). *La cadena de valor.* Obtenido de: https://es.scribd.com/document/151233877/La-Cadena-de-Valor

Kalvatchev, Z., Garzaro, D., & Guerra Cedezo, F. (23 de Junio de 1998). *The Obroma Cacao L.: Un nuevo enfoque para nutrición y salud.* Obtenido de:///C:/User/Downloads/DialnetTheobromaCacaoLUnNuevoEnfoqueParaNutricionYSalud-3233588.pdf

Lizano Chumacero, S. M. (27 de Octubre de 2016). *Definición del Cacao.* Obtenido de: https://es.scribd.com/document/329094797/Definicion-de-Cacao

Martínez, E. (23 de Septiembre de 2014). *El modelo de negocio como base del éxito empresarial una revision teorica.* (Tesis de pregrado. Universidad de Almería) Obtenido de: http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3662/3537_EL%20MODELO%20DE%20NEGOCIO%20COMO%20BASE%20DEL%20EXITO%20EMPRESARIAL-UNA%20REVISION%20TEORICA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ministerio de Trabajo y Seguridad Soial (1991). Empresas asociativas de trabajo. *Ley 10 de 1991*. Bogotá: Servicio Nacional de Aprendizaje SENA.

Moran, M. (1976). *Mercadeo Agropecuario y Sistemas de Producción Agricola.* Costa Rica: Pearson Educación.

Moyano, L. (2015). *Plan de Negocios.* Lima: Macro.

Naciones Unidas. (Abril de 2015). *Objetivo 8 análisis del objetivo 8 relativo al trabajo decente para todos*. Obtenido de: https://unchronicle.un.org/es/article/objetivo-8-lisis-del-objetivo-8-relativo-al-trabajo-decente-para-todos

Navas, J., & Guerras, L. (2007). *La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones.* Madrid: Thomson Civitas.

Nosis. (Diciembre de 2018). *Análisis de comercio exterior de todo el mundo*. Obtenido de: https://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Alemania/granos-de-cacao--cascara-peliculas-y-demas-residuos-de-cacao/DE/1801

Organización Mundial del Comercio Justo, WFTO. (12 de 02 de 2016). *Definición de comercio justo*. Obtenido de: http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/definicion/

Pérez, R. (1991). *Pedagogía Experimental. La Medida en Educación.* Madrid: UNED.

Pérez, P. (23 de 04 de 2015). *Punto de venta* . Obtenido de http://definicion.de/punto-de-venta/

Pigneur, Y., & Tucci, C. (2005). *Clarifying Business Models: Origins, Present, and Future of the Concept.* Communications of the Association for Information Systems.

PROINPA. (2010). *Fundación para la promoción e Investigación de Productos Andinos.* Bolivía: Pearson Educación.

Ríos, S. & Vizquerra, F. (2016). *Plan de Negocio Para la Implementación de una Unidad Productiva y de beneficio de Cacao en el poblado de Nuevo Siasme, Provincia de Condorcanqui, Amazonas - Perú.* Lima: (Tesis de pregrado. Universidad de Piura). Obtenido de: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2971/MDE_1631.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rodríguez, D. (7 de Agosto de 2011). *El consumo responsable.* Obtenido de: http://www.concienciaeco.com/2011/08/07/que-es-el-consumo-responsable/

Sladarriaga, F. (2017). *Plan de Negocio para la creación de un Centro de Acopio de Cacao y Maíz en el Sitio la Victoria de la Parroquia Boyacá Cantón Chone Provincia De Manabí. Chone*. (Tesis de pregrado. Universidad de las Americas). Obtenido de: http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/6625/1/UDLA-EC-TIC-2017-04.pdf.

Sulser Valdéz, R. A. (2004). *Exportación Efectiva.* México: ISBN.

Supo, J. (2014). *Como elegir una muestra*. Perú: Bioestadístico EIRL.

The Times 100. (2007). *The Production Proccss.* China: Index.

Veraguas, H. (1983). *Programa de Fortalecimiento Institucional del mida.* Panamá: Pearson Educación.

Viniegra, S. (2007). *Entendiendo El Plan de Negocios.* Caracas: ISBN.

Zambrano, L. (22 de Febrero de 2018). El Sector Cacaotero Esta en Emergencia. *Diario Expreso*.

Zorita, E. (2015). *Plan de Negocio*. Madrid: ESIC Editorial.

ANEXOS

Anexo A: Cronograma

CRONOGRAMA DEL PLAN DE TRABAJO																
ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN	**TIEMPO TENTATIVO (expresado en meses)**															
	Septiembre				**Octubre**				**Noviembre**				**Diciembre**			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
FASE 1: CAPITULO I EL PROBLEMA																
Planteamiento, formulación y delimitación del Problema.																
Desarrollo de la Justificación y Objetivos a plantear.																
FASE 2: CAPITULO II MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL																
Investigación de la Fundamentación Teórica.																
Investigación de Definiciones Generales.																
Desarrollo de Hipótesis o Ideas a defender y determinación de Variables																
FASE 3: CAPITULO III MARCO METODOLÓGICO																
Determinación de la metodología de la investigación																
Determinación de Métodos, Técnicas, Instrumentos.																
Delimitación de la Población y Muestra a estudiar.																
FASE 4: CAPITULO IV DESARROLLO DEL DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS																
Análisis documental.																
Levantamiento de Encuestas																

Estudio de Mercado																
Marco Propositivo, descripción del negocio.																
Descripción del Producto.																
Análisis del Mercado																
Análisis de la Competencia																
Elaboración de los procesos y procedimientos de operación																
Análisis de la localización y ventaja competitiva																
Organización y el personal estratégico																
Aspectos económicos y financieros																
Conclusiones, Recomendaciones, Bibliografía, Anexos																
Defensa del Trabajo de Titulación.																

Anexo B: Encuesta dirigida a los socios

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA
ESCUELA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA INGENIERÍA DE EMPRESAS

Objetivo: identificar mediante la encuesta dirigida los miembros de la Asociación de Producción Agrícola Nuevo Urdaneta ASOPRONUR del Cantón Urdaneta, Provincia de los Ríos información para creación de un centro de Acopio.

INSTRUCCIONES GENERALES:

- Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son confidenciales y para uso del investigador. Conteste con la mayor honestidad todas las preguntas.
- Marque con una X en la casilla que indique su respuesta.

Género: **Edad:** _____

F **( )** M **( )**

1. ¿En qué sector se encuentran las plantaciones?

La Esmeraldas	( )	Yatuvi	( )	Potosí	( )	Mirador	( )
Samama Oriental	( )	Monte Carlo	( )	Pital	( )	La Pompella	( )
Caluma	( )	Guayacanes	( )	Nena Grande	( )	La Norma	( )
La Humedina	( )	Pita	( )	Nena Chica	( )	Santa Rita	( )
El Estereo	( )	La Gran Vía	( )	Yatuvi	( )	El Cristal	( )
San Francisco	( )	El Triunfo	( )	Guayaval	( )	El Silencio	( )
La Laguna	( )	Hornacho	( )	Ricaurte	( )		

2. ¿Considera que es importante la implementación de un centro de acopio para ASOPRONUR?

Totalmente de acuerdo ( )

De acuerdo ( )

Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( )

En desacuerdo ( )

Totalmente en desacuerdo. ( )

3. **¿En qué entidad financiera estaría de acuerdo realizar un préstamo para la construcción del centro de acopio?**

Corporación Financiera Nacional	( )	BanEcuador	( )
Banco Privado	( )	Cooperativa de ahorro	( )
Fondos Propios	( )	Fuente de financiamiento informal	( )

4. **¿Qué tan útil puede ser la construcción de un centro de acopio para el almacenamiento de cacao?.**

Excelente ( )

Bueno ( )

Regular ( )

Deficiente ( )

Malo ( )

5. **Estaría de acuerdo que la construcción del centro de acopio sea financiada una parte por:**

Empresarios Ecuatorianos ( )

Empresarios Extranjeros ( )

Mixto ( )

6. **¿Qué tipo de cacao y cuantas hectáreas usted cultiva en su finca?**

Aroma Fino o Nacional ( ) Nº Hectáreas _____

CCN-51 ( ) Nº Hectáreas _____

Ramilla ( ) Nº Hectáreas _____

7. **¿Sabe usted cuantas toneladas de cacao, ASOPRONUR necesita para cubrir los cupos de exportación a la empresa A&D Sanchez?**

SI ( ) Cuantas Toneladas _____

NO ( )

8. **¿Al crear el centro de acopio usted considera en la posibilidad de que hayan más proveedores de cacao y que no necesariamente sean socios de ASOPRONUR?**

Totalmente de acuerdo ( )

De acuerdo ( )

Indeciso ( )

En desacuerdo ( )

Totalmente en desacuerdo ( )

9. **¿Ha recibido ayuda de productos o herramientas por parte del MAG en la provincia de Los Ríos?**

Si ( )

No ( )

10. **¿enumere en orden de importancia los aspectos le parecen relevante al momento de la comercialización de cacao?**

Calidad del producto (Impureza, Monilia, Magey) ( )

Por el precio ( )

Por el Peso ( )

Vías de acceso ( )

11. **¿Cuáles son los meses de alta cosecha en su finca?**

Diciembre - Febrero ( ) Junio - Agosto ( )

Marzo – Mayo ( ) Septiembre - Noviembre ( )

12. **¿Cada que tiempo cosecha su producto?**

1 Semana ( ) 3 Semanas ( )

2 Semanas ( ) 4 Semanas ( )

13. **¿Cuantos quintales de cacao cosecha al mes normalmente?**

Temporada Alta _____

Temporada Baja _____

14. ¿En qué proceso de los siguientes prefiere vender el producto?

Baba ( )

Semi-seco ( )

Seco ( )

15. ¿Está usted de acuerdo con los precios que maneja la exportadora (A&D Sánchez)?

Totalmente de acuerdo ( )

De acuerdo ( )

Indeciso ( )

En desacuerdo ( )

Totalmente en desacuerdo ( )

16. ¿Enumere en orden de importancia los beneficios que brinda ASOPRONUR?

Capacitaciones ( )

Asistencia técnica ( )

Semillas ( )

Propicia de fertilizantes ( )

Comercialización ( )

17. ¿Cuánto considera que perdió en quintales en el cultivo de cacao para el año 2018?

_____

18. ¿Conoce a que países se exporta su producto?

Si ( ) Cuáles _____

No ( )

Anexo C: Registro de Directiva

SUPERINTENDENCIA
DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

REGISTRO DE DIRECTIVAS
DE ORGANIZACIONES DE LA
ECONOMÍA POPUL AR Y SOLIDARIA

FECHA DE REGISTRO: 07 de diciembre del 2017

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN:
RAZÓN SOCIAL: ASOCIACION DE PRODUCCION AGRICOLA NUEVO URDANETA "ASOPRONUR"
RUC: 1291756057001
PROVINCIA: LOS RIOS
CANTÓN: URDANETA
PARROQUIA: RICAURTE
DIRECCIÓN: RECINTO POTOSI S/N VIA CALUMA

DIRECTIVA REGISTRADA

ADMINISTRADOR/A

NOMBRES Y APELLIDOS	No. CÉDULA	FECHA DE NOMBRAMIENTO
CHICO JURADO VICTOR ALFONSO	1206226126	06-12-2017

PRESIDENTA/E

NOMBRES Y APELLIDOS	No. CÉDULA	PERÍODO AÑOS
NAJERA GAROFALO DUBAL NAPOLEON	1202536361	2

SECRETARIA/O

NOMBRES Y APELLIDOS	No. CÉDULA	PERÍODO AÑOS
CARRERA ALARCON JANETH MARGARITA	0201207115	2

VOCALES DE LA JUNTA DIRECTIVA

CARGO	NOMBRES Y APELLIDOS	No. CÉDULA	PERÍODO AÑOS / MESES

VOCAL PRINCIPAL 1	NAJERA GAROFALO DUBAL NAPOLEON	1202536361	2
VOCAL PRINCIPAL 2	CARRERA ALARCON JANETH MARGARITA	0201207115	2
VOCAL PRINCIPAL 3	SOLARTE PADILLA LIBER ULICES	0200722452	2
VOCAL SUPLENTE 1	ARGUELLO VARGAS MIGUEL ANGEL	0200604510	2
VOCAL SUPLENTE 2	PAREDES PEREZ JIMY ROLANDO	1202949374	2
VOCAL SUPLENTE 3	MONAR CHIMBO ANGEL RAUL	0201349610	2

VOCALES DE LA JUNTA DE VIGILANCIA

CARGO	NOMBRES Y APELLIDOS	No. CÉDULA	PERÍODO AÑOS / MESES
VOCAL PRINCIPAL 1	LEDESMA DAVILA JORGE HUMBERTO	0200440022	2
VOCAL PRINCIPAL 2	GARCIA GAVILANES FANNY ROCIO	1201859566	2
VOCAL PRINCIPAL 3	GUEVARA GUERRERO KLEBER ENRIQUE	1202711139	2
VOCAL SUPLENTE 1	SISA MORENO WUILIAN RAMON	0201092913	2
VOCAL SUPLENTE 2	ALARCON MONAR CLARA LUZ	0200275261	2
VOCAL SUPLENTE 3	CAICEDO MARIÑO ZOILA HORTENCIA	1203554165	2

La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria se reserva el derecho de revisar, en cualquier tiempo, el cumplimiento de los requisitos reglamentarios y estatutarios y en caso de incumplimiento o falsedad en la certificación, aplicará las sanciones previstas en la Ley, a la organización y dejará sin efecto el registro.

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

Documento elaborado por: Rita L. Jirado

Anexo D: Certificado de Cumplimiento de Buenas Prácticas Agrícolas para Cacao

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca

AGROCALIDAD
AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO

ANEXO 7 CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO DE BUENAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS PARA CACAO

Número secuencial del certificado:

Fecha de la realización de la Auditoría: _____

Fecha de la realización de la Auditoría Complementaria (si aplica)_____

Nombre del auditor oficial autorizado: _____

Nombre o razón social de la Unidad de producción de cacao:_____

Dirección del Predio _____

Provincia _____ Cantón_____ Parroquia _____

Teléfono convencional _____ .Teléfono _____ celular _____

Coordenadas Geográficas: _____

- UTM (X) _____
- UTM (Y) _____
- ALTITUD _____

Nombre del propietario oficial o representante legal de la UPA: _____

Alcance:

- Tipo de explotación:
- cultivo ☐ centro de acopio ☐ bodegas de almacenamiento ☐ exportadoras ☐ otros ☐

1. Línea de producción: _____
2. Descripción de la población/producto:_____
3. No. Hectáreas en producción _____

Fecha de expedición del Certificado___/___/___

Fecha de caducidad del Certificado. ___/___/___

Anexo E: Fotos